



SESIÓN PLENARIA

(Comienza la sesión a las dieciséis horas y tres minutos)

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Señoras y señores diputados, buenas tardes, se abre la sesión.

Punto primero.

1.- Debate y votación de la moción N.º 145, subsiguiente a la interpelación N.º 168, relativa a criterios para fomentar el crecimiento de la rentabilidad y la superación de la estacionalidad en el sector turístico, presentada por el Grupo Parlamentario Regionalista. [8L/4200-0145]

LA SRA. BEITIA VILA: Debate y votación de la moción N.º 145, subsiguiente a la interpelación N.º 168, relativa a criterios para fomentar el crecimiento de la rentabilidad y la superación de la estacionalidad en el sector turístico, presentada por el Grupo Parlamentario Regionalista.

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Turno de defensa del Grupo Regionalista. Tiene la palabra D.ª Eva Bartolomé, por un tiempo de diez minutos.

LA SRA. BARTOLOMÉ ARCINIEGA: Gracias, Sr. Presidente. Buenas tardes, señoras y señores diputados.

La lucha contra la estacionalidad siempre ha sido uno de los objetivos de todos los gobiernos, implantando medidas que fomenten la continuidad de la afluencia turística, a lo largo del año, especialmente en temporada baja.

El pasado martes interpelábamos al gobierno sobre las actuaciones que estaba desarrollando para conseguir frenar la progresiva estacionalidad del turismo en Cantabria.

El análisis de los datos de los últimos años no deja lugar a dudas. Los turistas que viajan a Cantabria cada año se concentran más en los meses de verano, mientras que pierden peso el resto de los años.

El Consejero del ramo nos decía el martes pasado que se había granjeado muy mala fama, igual fue la única verdad que dijo en sus dos intervenciones.

¿Y por qué digo esto? Pues porque para rebatir nuestro discurso, cuando le preguntábamos por los criterios del Gobierno para combatir la estacionalidad, él dijo que iba a hablar de resultados y sus resultados, a los que hizo referencia, fueron: Solo el mes de abril con Semana Santa, comparándolo con el mes de abril sin Semana Santa en 2013, mezclando peras con manzanas como ya le señalaron los mismos empresarios, eludió decirnos qué pasa con el resto de los meses.

Solo el sector hotelero; eludió hablar del resto de establecimientos turísticos, camping, apartamentos, turismo rural. Solo de pernoctaciones; sin mencionar otros indicadores como viajeros, ocupación, rentabilidad, facturación, empleo. Solo de extranjeros; pasando por alto los resultados de los nacionales, que son el 85 por ciento de nuestro mercado.

Y sobre los resultados de 2013, más de lo mismo. Nos habló solo de hoteles, solo del mes de agosto y solo de extranjeros.

Por tanto, analizando detenidamente la respuesta del Sr. Arasti, a nadie le puede extrañar que cualquiera que quiera ser un poco riguroso en el análisis del turismo de Cantabria se sorprenda de que el máximo responsable del sector sea tan parcial, tan manipulador, tan demagogo; en definitiva, tan tramposo. Esto de aquí, esto de allá; pero no podemos decir que la menestra está buena, si solo probamos los guisantes.

Después de esto, entiendo que cuando los demás sí hacemos ese estudio de todos los indicadores durante todo el tiempo y de todos los viajeros en todas las empresas turísticas, de una manera objetiva; el Consejero considere que damos una clase magistral. A la vista de su intervención del Consejero de Turismo, no podemos esperar de él una clase magistral, al menos de turismo.

Pero vamos a centrarnos en lo que nos trae aquí hoy, a esta tribuna, que no es otra cosa que una propuesta en positivo, como hacemos siempre. Seguimos haciéndolas, a pesar incluso de que ustedes las rechazan sistemáticamente, aunque algunas de ellas las pongan después en marcha al poco tiempo como si fueran ideas suyas.



En esta moción, les proponemos que elaboren y desarrollen un programa de estímulo del sector turístico que corrija la creciente estacionalización del sector y mejore los resultados, en términos de rentabilidad y de empleo. Analizar la situación real, detectar los instrumentos que habría que utilizar y después ponerlos en marcha.

Además, sería un programa para el que no necesitarían realizar ningún desembolso económico, porque los datos están perfectamente accesibles, no es necesario, para su evaluación, hacer ningún pago. Se pueden extraer de las múltiples publicaciones accesibles, tanto en el Instituto Nacional de Estadística como en el ICANE, el Instituto de Publicaciones Turísticas o Turespaña.

No necesitan, por tanto, pagar a Exceltur, ni a C & C, ni a Apia XXI, ni a Triplum ni a un largo etcétera, en los que han gastado más de 150.000 euros.

En definitiva, como digo, primero un análisis real de la situación. En segundo lugar, identificar los instrumentos idóneos para conseguir el objetivo. Y en tercer lugar, ponerlos en marcha, aplicarlos.

Sobre el análisis de la situación ya comenté sobradamente la semana pasada. Entre 2006 y 2012 hemos perdido seis puntos en el peso turístico, en el PIB regional. Entre 2010 y 2013, hemos perdido 53.779 viajeros y 305.374 pernотaciones. Entre 2010 y 2013 hemos perdido 20 millones de euros, de facturación. Entre 2011 y 2013 hemos pasado de un precio medio de 67,2 euros por habitación vendida, a 63,6 en 2013. Entre 2011 y 2013, hemos pasado de una media de 3.429 empleos a una media de 2.816, en todos los establecimientos turísticos; es decir, casi a niveles de 2013, perdón, de 2003.

Después de superar el millón de pasajeros, en el aeropuerto, en los años 2011 y 2012, desde agosto de 2012 llevamos cifras negativas, mes tras mes; es decir, 20 meses consecutivos. Entre octubre y marzo, se han perdido las rutas nacionales de Valencia, de Palma de Mallorca y de Sevilla y las internacionales de Frankfurt, de Milán y de París, esta última de forma definitiva. Hemos perdido 163 frecuencias, lo que significan 30.600 asientos disponibles menos.

La estacionalidad está creciendo preocupantemente. En 2010, los visitantes que recibíamos en Cantabria, en julio, agosto y septiembre, suponían el 48,4 por ciento. En 2013, subieron al 51,84 por ciento; es decir tres puntos y medio más. Hoy somos mucho más dependientes del verano, mientras que hay menos y más dispersos turistas, los otros nueve meses del año. Lo que significa que si debemos centrar los esfuerzos en luchar contra la estacionalidad, en estos momentos vamos en dirección contraria. Hemos fracasado.

Esta estacionalidad tiene un efecto muy dañino en el empleo. Si realmente queremos que las empresas turísticas tengan continuidad en la actividad y que el empleo en el sector deje de ser residual, estacional y precario, para ser estable, profesional y de calidad, nuestro objetivo se tiene que centrar en luchar contra esa estacionalidad. Lo venimos comprobando en los últimos años de manera más marcada.

Las contrataciones son cada vez más precarias, por días, e incluso por horas; porque la ocupación turística también es puntual y concentrada en periodos y días muy concretos.

Se ha producido un repunte de la temporalidad, casi el 92 por ciento de los contratos registrados en 2013 son temporales. Y de ellos, los correspondientes al sector servicios; hostelería, básicamente, son de menos de un mes de duración. Los empleos indefinidos han pasado a mejor vida.

Este análisis tan fácil de hacer en base a todos estos datos, como digo accesibles para todo el mundo, es lo que ustedes no han hecho y que les pedimos que hagan.

Y les demostramos el martes pasado que lo que ustedes llaman pomposamente "planes de choque", ha sido un rotundo fracaso. Lejos de incrementar los visitantes, en los meses que se han desarrollado los planes, perdieron viajeros; 2.345 viajeros menos con el primer Plan de choque, 2011-2012; 4.131 viajeros menos, en el segundo Plan de choque 2012-2013; 23.413 viajeros menos en el tercer Plan de choque 2013-2014. Un rotundo fracaso que también se refleja en el empleo. Era de esperar que también se reflejara en el empleo.

Entre la temporada baja de 2011-2012 y la de 2013-2014, hay una media de 2.703 empleos menos. Por tanto, no han conseguido ninguno de los objetivos que perseguían, si lo que buscaban era mejorar el número de visitantes y mejorar el empleo y sus condiciones.

El siguiente paso sería identificar el target, es decir, el objetivo. Qué perfil de turista viaja fuera de temporada, qué turista tiene mayor poder adquisitivo, mayor gasto medio, qué podemos ofrecer a ese turista, dónde se localiza y cómo acceder a él.



Sabemos, por los informes publicados por el Instituto de Estudios Turísticos, que el turista extranjero casi duplica la estancia del nacional. De 4,7 días a 8,8. Sabemos por el Informe de EGATUR, que los turistas que viajan en avión tienen un gasto medio diario de 40 por ciento más que los que llegan por carretera.

Sabemos por el informe de Comisión de Turismo de la UE: que los mayores de 65 años, por su poder adquisitivo y por su disponibilidad de tiempo son el principal colectivo en viajes de temporada baja.

Sabemos que los viajes de convenciones y congresos son los más rentables por gasto turístico, gasto inducido y temporada en que se desarrollan.

Sabemos por los informes de FAMILYTUR, que los viajes de naturaleza, culturales y deportivos, se realizan con una distribución a lo largo del año más regular que los viajes de vacaciones y utilizan más establecimientos turísticos y menos segundas viviendas y viviendas de familiares y amigos.

Por tanto está claro, parece claro, cuál es el mercado al que tenemos que acudir, al que tenemos que dirigirnos.

Y por último, el tercer paso, la tercera fase sería la aplicación de recetas como han hecho otras Comunidades. Ampliar el turismo nacional con nuevos mercados, especialmente en el ámbito de turismo de naturaleza y cultural que ustedes han abandonado rotundamente. Crecer en el turismo extranjero fuera de temporada, recuperando las rutas que han desaparecido con ustedes de la parrilla aérea por una mala negociación del Gobierno. Potenciar el turismo de congresos a través del Convention Bureau Cantabria, que tanto reclamaron en la oposición, que incluyeron en su programa y del que nunca más se supo.

Crear ofertas de city break, que suman turistas de fin de semana y de puentes fuera de la temporada estival. Acudir a colectivos como los senior y los escolares, que son un mercado que viaja fuera de temporada. Éstas entre otras muchas recetas.

Como ven, nuestra propuesta tiene nombre y apellidos. Se aleja de la crítica demagógica para tomar como punto de partida los resultados reales de su gestión y analizar las necesidades detectadas en el sector turístico.

Les pedimos que abandonen esa máscara de presunción y soberbia con la que ya no engañan a nadie y se pongan a trabajar en serio. Y a ser posible que eviten más descoordinación, que eviten enfrentamientos personales, luchas intestinas y cambios de equipo; porque ya les quedan apenas unos meses para enderezar esto y cada día...

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Sra. Diputada...

LA SRA. BARTOLOMÉ ARCINIEGA:...lo tenemos más difícil.

Por eso les rogamos que apoyen nuestra propuesta.

Gracias.

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Muchas gracias Sra. Diputada.

Pasamos a la fijación de posiciones.

Turno en primer lugar del Grupo Socialista. Tiene la palabra D.^a Cristina Pereda, por un tiempo de cinco minutos.

LA SRA. PEREDA POSTIGO: Gracias Presidente. Señorías.

Hace poco más de un año, en abril del pasado año del 2013, le estábamos diciendo al Sr. Arasti que la situación en el sector turístico era alarmante. En ese abril del pasado año le pedíamos programas de promoción conjuntamente con las compañías aéreas, con los touroperadores, con las agencias de viaje.

Les pedíamos que dieran continuidad al plan de marketing y al plan de medios que cada año, antes de que ustedes llegaran al gobierno, salía a concurso.

Les pedíamos el apoyo para las pequeñas empresas para que pudiesen comercializarse todo el año y no solamente cuatro meses.

Pues después de un año hoy volvemos a hablar de lo mismo, de lo que no han hecho y sigue siendo necesario después de los 3 años que llevan ustedes en el gobierno, por eso la oportunidad de esta moción después de ver la realidad de los datos, motivo suficiente para que ya le adelante Sra. Diputada, que mi Grupo va a apoyar esta moción.



La vamos a apoyar porque frente al gran potencial turístico con el que ha contado y cuenta nuestra Región, nos encontramos y es tal ineptitud la falta de rigor y la pasividad de un Consejero prepotente, no dispuesto a cambiar de actitud y que está llevando todas las áreas de nuestro turismo por caminos que cuando menos, han hecho saltar ya todas las alarmas.

Señorías, el Sr. Arasti no está caracterizado precisamente por sus excelentes facultades para ser responsable de esta Consejería. A continuación, yo estoy segura de que intervendrá el portavoz o la portavoz que salga en este momento del Partido Popular, y una vez más nos contará toda una milonga, nos dirá que han hecho un montón de planes y yo les digo que efectivamente alguno han hecho, por cierto, con empresas externas que han cobrado un montón de pasta, nos ha salido carísimo los planes a los cántabros.

¿Pero el resultado cuál es? No se ha puesto en marcha absolutamente ninguno, dinero perdido de todos los cántabros; transparencia y buen gobierno.

Nos volverán a contar una vez más que el modelo de gestión del PP ha supuesto un cambio, ¡Y vaya, si ha supuesto un cambio! Un cambio para el retroceso del sector, para la pérdida de viajeros, de pernoctaciones, de facturación. Y eso refiriéndonos a todos los establecimientos turísticos.

Nos volverá a repetir los datos tramposos que utiliza el Consejero tomando como referencia el mes de abril, por ejemplo, en que se aprecian determinados datos ¿Con motivo de qué? De la Semana Santa.

Y nos volverá a repetir que su planificación está hecha con una visión estratégica y que están situando a Cantabria al frente del liderazgo y de la competitividad, tanto a nivel nacional como internacional. Falso.

Y los ciudadanos y todos los que están afectados por el turismo se volverán a preguntar en qué mundo viven ustedes y a quién pretenden engañar; porque conocen de primera mano todo lo que podían haber hecho y no han hecho. Con todos los agentes con los que podían haber contado y a los que ustedes han ignorado.

El que salga, o la que salga, intentarán desmentir los datos que se aporten en la interpelación -que se aportaron, perdón- en la interpelación, la pasada semana. Y se quedará en el intento que estoy segura solo va a satisfacer al Consejero -supongo- porque al resto es muy difícil convencerles manipulando.

Pero frente a su demagogia está la cruda realidad. Se cargaron la sociedad desde donde se hacía la promoción para que todo pasase por CANTUR y ha resultado ser una auténtico fiasco.

Están confiando exclusivamente en la promoción; en la promoción y el retorno del Mundial de Vela y el Centro Botín. Pero esto dura en el tiempo lo que dura, Señorías; aparte de que se están ustedes fijando en una gestión ajena.

Han abandonado ustedes a los touroperadores extranjeros y nacionales, porque tampoco están haciendo nada por el mercado nacional. Hoy la promoción, quien realmente la está haciendo en turismo son los ayuntamientos y lo que está funcionando, desgraciadamente, es por pura inercia; no por lo que este gobierno esté haciendo.

Han llegado a tales extremos que las agencias de viaje no se fían ya de ustedes; no se fían de ustedes. Para ustedes, solo existen las redes sociales y está bien, está bien pensar en ellas pero con eso no se abre ni se mantienen los mercados. Señorías, lo que no aparece en prensa y en televisión, no existe.

Por cierto, que para llevar el tema de las redes sociales han contratado ustedes a cuatro personas; cuatro personas contratadas para llevar las redes sociales.

Y por el contrario, les parecieron a ustedes excesivos 1.500 euros para invertir en un reportaje turístico en televisión: 1.500 euros. Era lo que tenían que invertir ustedes en Teledporte. Lo rechazaron, lo rechazaron. Sí, yo comprendo que usted no lo sepa, Sra. Diputada; pero pregúntele a sus Consejero, que tampoco lo sabrá, seguro, pero a lo mejor tiene a quien preguntar: 1.500 euros en teledporte...

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Sra. Diputada...

LA SRA. PEREDA POSTIGO: ...un reportaje. -Finalizo Presidente- Lo rechazaron. Eso sí, no han tenido inconveniente en contratar cuatro personas, tiempo completo, un salario bastante digno. Transparencia y buen gobierno, Señorías.

Esta es la triste realidad de la gestión del Sr. Arasti y del Sr. Diego. CANTUR hecho unos zorros, sumido en peleas internas y dimisiones. Y mientras tanto, el sector turístico en caída libre. De esto hablaremos luego, de las dimisiones.



Cualquiera que esté medianamente preocupado por esta situación tan lamentable, apoyaría esta moción. Pero seguro que no van a ser ustedes.

Gracias.

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Muchas gracias Sra. Diputada.

Turno del Grupo Popular. Tiene la palabra D.^a Tamara González, por un tiempo de cinco minutos.

LA SRA. GONZÁLEZ SANZ: Gracias Sr. Presidente.

Preguntaba la Sra. Bartolomé, al Sr. Consejero, la semana pasada sobre las estrategias del Gobierno para frenar la involución en el sector turístico en Cantabria. Un retroceso que solo ustedes ven, también lo ve el Grupo Socialista y que tratan de certificar a través de lo que yo creo que es una reinterpretación de las cifras estadísticas, publicadas por distintos organismos oficiales.

Las estrategias, creo que las dejó muy claras el Sr. Consejero la semana pasada, son las que se han aplicado desde el comienzo de la legislatura, cumpliendo el programa de Gobierno, que a su vez se supone cumplir con nuestro programa electoral. Y son estrategias que se sustentan, Sra. Bartolomé, en tres conceptos claves: diagnóstico, diálogo y planificación y evaluación de los resultados.

¿Cómo se ha hecho? Primero, desde el diagnóstico del sector, estudio Impactur, en el año 2011 que permitió conocer la realidad del sector turístico en Cantabria. En segundo lugar, desde el diálogo y la planificación, contando con la participación de todos los agentes implicados en el sector turístico. Se han marcado objetivos y estrategias que se han desarrollado a través de tres planes de marketing turístico, desde comienzos de esta legislatura.

Y en tercer lugar, se han evaluado los resultados a través del nuevo sistema de información turística de Cantabria, puesto en marcha el pasado año 2013, en colaboración con la Universidad de Cantabria, que es una herramienta básica para poder conocer la evolución del sector turístico en nuestra Comunidad Autónoma.

El objetivo prioritario que ha perseguido el Gobierno desde el comienzo de la Legislatura ha sido redefinir la posición competitiva de Cantabria, en base a nuevas tendencias tanto en el mercado nacional como internacional y hacerlo contando con la iniciativa privada, con el objetivo de generar empleo y riqueza.

Una política que hay que enmarcar dentro de la estrategia global del Gobierno de Cantabria de apostar por la competitividad y la innovación y que tiene su reflejo en la puesta en marcha del Plan de Innovación de Cantabria 2014-2016, donde precisamente se da prioridad a un sector tan importante para la economía de Cantabria como es el sector turístico.

Usted propone un programa de estímulo del sector turístico. Lo argumenta en base a los malos resultados económicos y de generación de empleo.

Y yo puedo estar de acuerdo con usted, Señoría, en lo que importa es en definitiva los resultados. Y todos podemos consultar esos resultados a través de las publicaciones realizadas por distintos organismos oficiales. Pero seguramente no vamos a llegar a las mismas conclusiones.

¿Qué dicen los resultados? Si hablamos de PIB, a lo que no ha hecho alusión su Señoría pero sí que lo ha repetido, lo hizo la semana pasada y lo ha repetido a través de la nota de prensa, el PIB turístico era en el año 2011, el 10 por ciento y en el año 2013, sigue siendo el 10 por ciento. Por tanto, los retrocesos de los que habla su Señoría solamente existen en su imaginación.

Si hablamos de confianza empresarial; informe Exceltur, año 2014, el balance empresarial del sector turístico durante los primeros meses de este año 2014, para enero y febrero, los ingresos de los hoteles crecen un 3,7 por ciento y la facturación media por habitación lo hace un 6,3 por ciento.

Para el primer trimestre, de enero a marzo, un 35 por ciento de los empresarios turístico de Cantabria dicen que han incrementado sus ventas; el mejor dato de todas las Comunidades vecinas. Y para Semana Santa, Cantabria vuelve a situarse también solamente por detrás de Canarias y Murcia en resultados empresariales. El 57 por ciento de los empresarios cántabros dicen que han mejorado su resultado. También el mejor resultado de las Comunidades vecinas.

Ocupación sector alojamiento. Sra. Diputada, lo que no ha dicho usted es que las pernотaciones en el conjunto de la industria alojativa se redujo en su última legislatura un 10 por ciento. Más de 455.000 pernотaciones se perdieron en ese conjunto de la industria alojativa.



El año 2012 se cerró sin embargo con un incremento global del 0,8 por ciento en pernотaciones y un incremento paralelo del 2 por ciento en el turismo extranjero. En el año 2013, aunque se redujo globalmente para el conjunto de la industria un uno por ciento las pernотaciones fue el año con más viajeros y pernотaciones extranjeras, crecieron respectivamente un 4 y un 5 por ciento.

Y para el primer cuatrimestre de este año 2014, para el conjunto de la industria alojativa se han incrementado los viajeros y pernотaciones en un 5,5 y en un 11 por ciento, respectivamente.

En datos globales, 14.000 viajeros más y 60.000 pernотaciones más. Un incremento que está tendiendo reflejo directamente en las instalaciones dependientes de CANTUR, con un incremento de los visitantes de enero a mayo del 14 por ciento.

Y habla usted de empleo. Sra. Diputada, lo que usted tampoco dice es que en su última legislatura perdieron ustedes en el sector 1.700 empleos. Los últimos datos publicados por el Instituto de Estudios Turísticos dicen que hay un aumento generalizado de afiliados a la Seguridad Social en actividades relacionadas con el sector turístico en Cantabria. En 2013, Cantabria crecen afiliados un 0,5 por ciento, por encima del País Vasco y de Galicia. Y en hostelería y turismo, las previsiones para este año 2014, según un informe de la SEPE, nos hablan de un crecimiento importante ya para el primer cuatrimestre del 1,1 por ciento.

Sra. Bartolomé, yo creo que los resultados son positivos y ponen en evidencia que las políticas puestas en marcha por el Gobierno de Cantabria son las acertadas. Que reducir la estacionalidad de la actividad turística, junto con la apuesta por la internacionalización son dos objetivos prioritarios que han marcado la hoja de ruta del Gobierno de Cantabria desde el comienzo de la actual legislatura. Dos objetivos prioritarios también en el plan de márketing 2014 y 2015, junto con desarrollo de proyectos estratégicos a los que hacía alusión la semana pasada el Sr. Consejero. No voy a volver a hacer alusión a los mismos, pero van a permitir seguir consolidando la industria turística como un sector estratégico de la economía de Cantabria.

Solamente -y termino ya Sr. Presidente- creo que el Gobierno de Cantabria ha hecho más en tres años que lo que hicieron ustedes en ocho, ello a pesar de la herencia recibida y a pesar de la crisis económica...

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Sra. Diputada.

LA SRA. GONZÁLEZ SANZ:...El buen trabajo del Gobierno está siendo alabado por el propio sector dentro de Cantabria, también es alabado fuera de Cantabria. Y yo creo que lo más lamentable es que ustedes sigan empeñados en decir todo lo contrario y que especialmente la Sra. Bartolomé se dedique a manipular las cifras estadísticas.

Nada más y muchas gracias.

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Muchas gracias, Sra. Diputada.

Para finalizar el debate tiene la palabra D.^a Eva Bartolomé, por un tiempo de tres minutos.

LA SRA. BARTOLOMÉ ARCINIEGA: Mire, la señora diputada repite los mismos vicios que el Sr. Consejero; nada nos sorprende. Y habla de diagnóstico, planificación y evaluación.

Pues mire, el diagnóstico está equivocado, porque ustedes niegan la realidad. La realidad está en los datos. Y los datos no los puede usted negar, por mucho que se empecine aquí y seleccione a su capricho y a su antojo. Son los que son.

Y planificación, ninguna. Es pura improvisación, empezando por los directivos, que los quieren ustedes con una caducidad de un año. Entonces, difícilmente se pueden planificar, si no cuentan ni siquiera con continuidad en los directores, que no la tienen. Fíjese qué habrá en esa Consejería, para que no les quieran ni a ustedes mismos.

Y evaluación; bueno, pues es que los resultados que usted evalúa dejan mucho que desear.

Pero yo vuelvo otra vez a la mía, yo vuelvo otra vez a la mía. Aquí hacemos un análisis objetivo y con la mejor de las intenciones, con datos objetivos. Y nosotros aquí les hablábamos de lo que se puede hacer para evitar eso en lo que se está cayendo en Cantabria, que es que cada vez dependemos más del verano y el resto del año nos morimos de asco. Y eso es lo que está pasando.

Pero mire, los turistas alemanes, según un informe de una agencia alemana, dice que buscan turismo sostenible y City Break; algo que han sabido hacer en San Sebastián, por ejemplo. En San Sebastián, lo han sabido hacer, lo han sabido ver, han hecho un Plan director de turismo y han conseguido incrementar las estancias de los extranjeros, del 38 al 51 por ciento. Lo han sabido primero ver, analizar y poner cartas en el asunto; cosa que no ha pasado aquí.



Porque mire, Santander, la ciudad de Santander que resulta que lleva el 33 por ciento del turismo nacional y el 62 por ciento del turismo extranjero. Y Santander, en el análisis de Urbantur, que lo ha publicado Exceltur, al que acuden ustedes siempre para todo y al que ustedes le conceden mucha fiabilidad; pues Urbantur, resulta que dice que Santander está en el puesto 16, de 20. Ha analizado 20 ciudades turísticas españolas y Santander está en el puesto 16, de 20. No está por encima de la media en ningún indicador, en ninguno, en ninguno.

Pues está claro que ustedes están fallando, primero en el diagnóstico, porque niegan la realidad. Y después no son capaces de poner en funcionamiento los instrumentos que se necesitan para corregir esto. No lo están haciendo, no lo están haciendo. Se equivocan.

¿Qué negociación han hecho ustedes con las compañías aéreas, que cuando llega el invierno que es cuando necesitamos tener turistas, se acaban las rutas? Se acaban las rutas. Y resulta que tenemos cero turistas; cero, cero. Porque resulta que las tres únicas rutas internacionales que tenemos con Europa en invierno, pues también reducen frecuencias.

¿Cómo podemos hacer un diagnóstico y aspirar a más? Mire, hay otro estudio de la Comisión de Turismo de la Unión Europea, que es que hay que mirar... Me dice el Consejero que es que yo estudio mucho; pues sí, estudio mucho. Hay que mirar la realidad. Como ustedes solamente miran lo que les interesa, pues después se equivoca en el diagnóstico. Como no miran la fiebre ni la tensión, se equivoca en el diagnóstico.

Pues mire, Murcia, Murcia ha llegado a un acuerdo y va a conseguir 20.000 turistas en temporada baja, 20.000 turistas. Porque ha hecho un análisis y ha dicho: dónde tenemos que ir; bueno, pues ha hecho un acuerdo con la Asociación, con la Asociación de pensionistas austriacos y va a traer, en temporada baja 20.000 turistas.

Y Menorca, ha llegado a un acuerdo con SEGITTUR. Y ustedes que el Ministerio, lo controlan ustedes, ¿por qué no llegan a un acuerdo con SEGITTUR como ha llegado Palma de Mallorca? Menorca a llegado a un acuerdo con SEGITTUR, con Tourespaña. Pero usted no. ¿Por qué ustedes no? Llegamos tarde, mal y nunca.

Y su principal error es que empiezan por errar en el diagnóstico. Hablan ustedes de diagnóstico, hablan ustedes de instrumentos. No...

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Sra. Diputada...

LA SRA. BARTOLOMÉ ARCINIEGA: ...difícilmente van a corregir lo que empiezan por no reconocer.

Ustedes son lo más de lo más y no hacen caso a los consejos, ni siquiera a la realidad. Y a ustedes les ciega la soberbia. Y el resultado es, pues lo que acabamos de decir, lo que señalan todos los indicadores, aunque ustedes lo nieguen hasta la saciedad.

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Muchas gracias, Sra. Diputada.

Pasamos a la votación de la moción.

¿Votos a favor de la moción?, ¿votos en contra?

Resultado, Sra. Secretaria.

LA SRA. BEITIA VILA: A favor, dieciocho; en contra, veinte.

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Por tanto, queda rechazada la moción N.º 145.