



SESIÓN DE LA COMISIÓN DE INNOVACIÓN, INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

5.- Pregunta N.º 94, relativa a iniciativas previstas para promocionar el turismo dentro y fuera de España, presentada por D.ª Luisa Eva Bartolomé Arciniega, del Grupo Parlamentario Regionalista. [8L/5200-0094]

6.- Pregunta N.º 95, relativa a realización de acción encaminada a frenar la pérdida de viajeros, pernoctaciones ocupación, estancia media y gasto en establecimientos turísticos, presentada por D.ª Luisa Eva Bartolomé Arciniega, del Grupo Parlamentario Regionalista. [8L/5200-0095]

EL SR. PRESIDENTE (Van den Eynde Ceruti): Pasamos al siguiente punto del Orden del Día,

Sr. Secretario por favor dé lectura.

EL SR. PÉREZ TEZANOS: Pregunta N.º 94 relativa a iniciativas previstas para promocionar el turismo dentro y fuera de España, presentada por D.ª Luisa Eva Bartolomé Arciniega del Grupo Parlamentario Regionalista

Y pregunta N.º 95, relativa a realización de acción encaminada a frenar la pérdida de viajeros, pernoctaciones, ocupación, estancia media y gasto en establecimientos turísticos, presentada por D.ª Luisa Eva Bartolomé Arciniega, del Grupo Parlamentario Regionalista.

EL SR. PRESIDENTE (Van den Eynde Ceruti): Gracias.

Corresponde un debate de 18 minutos con la siguiente distribución: formulación, seis minutos; contestación, seis minutos; réplica, tres minutos y dúplica, tres minutos.

Tiene la palabra la Portavoz del Grupo Parlamentario Regionalista.

LA SRA. BARTOLOMÉ ARCINIEGA: Muchas gracias Sr. Presidente.

Entro en materia rápidamente. Usted ha dicho que el estudio detallado de los indicadores es fundamental y estoy totalmente de acuerdo, porque es el verdadero termómetro del sector lo que marca el estadio y la tendencia de las empresas turísticas.

Yo soy muy aficionada, Sr. Consejero, soy muy aficionada a esto del estudio de los datos. Fíjese, fíjese todo lo que he estudiado, todo esto y son datos oficiales.

Entonces, lo estudiaba y lo estudio y seguiré haciéndolo. Y me gustaría que fuera usted un poco menos despectivo respecto al estudio de los datos. Y además también un poco menos cuco, un poco menos cuco en eso de los datos.

¿Por qué nos habla de noviembre de 2011? Porque yo tengo aquí -mire- 2011 respecto a 2010. 2010, viajeros: 1.601.496. En el 2011: 1.595.014. Si las matemáticas no fallan, menos. Pernoctaciones: 4.482.153, en el 2010. 4.410.887 pernoctaciones en el 2011. Si no fallan las matemáticas, menos.

¿Qué es lo que ocurre? Que usted utiliza los datos que le interesa. Yo utilizo los datos de todos los establecimientos turísticos, porque usted es responsable de todos; de los hoteles, del turismo rural, de las casas rurales, de los apartamentos y de los campings; del cómputo de todos.

Bueno, pues entremos a analizar la situación. Resulta que usted viene aquí a contar toda esa milonga del pasado, de lo que había, de lo que no había. Mire, de 2003 a 2007, los viajeros crecieron un 18,5 por ciento y las pernoctaciones un 18,6. Y usted me dirá: eran buenos tiempos.

Bueno, pues vamos a ser generosos y vamos a valorarlo hasta el 2011, con tres años o cuatro ya entrados directamente en la crisis. Bueno, pues los viajeros crecieron nada menos que un 14,37 y las pernoctaciones un 11,95 por ciento. De manera que usted... -Sí sí- Si quiere se los facilito. No hay nada más que entrar a eso del: Instituto Nacional de Estadística, usted pone: "Cantabria, todos los establecimientos, viajeros, pernoctaciones y el resto de indicadores" y le sale. Tiene que utilizar la calculadora, eso sí, porque hay que sumar.

Y el empleo. Pues el empleo también creció en el periodo 2003-2011; salvo en el año 2004, para ser justos. Mire cómo yo soy justa y digo cuándo crece y cuándo no crece. Pero el número de empleados en hostelería fue creciendo paulatinamente, salvo esa fecha -le digo- hasta que llegaron ustedes.



Porque ¿cuáles son los datos del mes de agosto? Que han sido buenos, sí, pero no dice todo. Han sido buenos en pernoctaciones. Mire, tengo aquí la cifra, exactamente: 15.626. Porque en el cómputo total, no solo de hoteles, los viajeros bajaron en el mes de agosto: 4.340 viajeros, exactamente eso.

Pero es que además hay que hacer el acumulado, de enero a agosto los hoteles llevan una pérdida de tiempo de 3 por ciento y 2,6 de pernoctaciones. Vamos a ser sinceros.

Y vamos a ser sinceros, el balance es clave para el balance final del año, en un sector cuyo peso de estacionalidad es como conoce usted perfectamente muy serio. Y un mal verano, pues es un mal año. Y ahí tiene el ejemplo de los años anteriores; cuando ha habido un buen verano, ha habido un buen balance de año.

En definitiva, ¿que estamos en crisis? Por desgracia es muy evidente que estamos en crisis ¿Qué se refleja en el turismo? Cierto, se refleja en el turismo. Pero que los resultados en Cantabria no se deben única y exclusivamente a la crisis económica también es cierto. Y hay una indiscutible relación, lo quiera ver o no, entre el esfuerzo promocional y la política turística con los resultados.

No espero que usted lo reconozca, porque usted no reconoce prácticamente nada. Pero el problema es que si usted no lo ve, aunque igual lo ve pero no lo quiere confesar, pues difícilmente podrá tomar las medidas correctas.

Mire, esto de la campaña de marketing. Medio año sin campaña de marketing ¿Qué se habría dicho en esta casa, Dios mío, si nosotros no hubiéramos hecho una campaña de marketing durante todo el año? Bueno, pues ustedes la hacen solamente para medio año, se han comido y han dejado sin hacer las oleadas, que son imprescindibles para la Semana Santa que ha sido malísima y para el verano que también. Y aquí parece que no ha pasado nada.

Y el calendario de acciones promocionales. Pues prácticamente se ha reducido a los compromisos que se tienen con Tour España y con las agrupaciones con Camino de Santiago y España Verde. Y es que no entiendo por qué usted presume tanto de lo que está haciendo.

Y las publicaciones. Las publicaciones han estado prácticamente desaparecidas. Las oficinas de Turismo han estado desabastecidas de información. Y eso -tengo que decírselo- es absolutamente básico para conseguir que se prolongue la estancia.

Porque mire, según los datos -que a mí me gusta mucho- Mire, los datos de FAMILITUR y de FRONTUR, señalan que hoy por hoy todavía la mayoría de los viajeros llegan al destino sin conocer exactamente qué es lo que quieren ver. Y entonces ahí juegan un papel fundamental las publicaciones, porque es donde se informan de lo que tienen que ver.

Y si no tienen información, no se quedan más tiempo. Y si ven que tienen mucho que ver, se quedan más tiempo.

Y a eso hay que añadir que hasta mediados de junio, cuevas y centros culturales han estado cerrados domingos y lunes y esto es un verdadero disparate más teniendo en cuenta el alto porcentaje de visitantes en puentes y fines de semana que tenemos en Cantabria. Y que el 64,7 por ciento de viajeros realizan visitas culturales. Así que póngase las pilas usted y mire en los mismos sitios donde yo leo, porque le estoy dando datos y son datos del Instituto de Estudios Turísticos y del Instituto Nacional de Estadística, no me los estoy inventando yo, lo que pasa es que igual tiene que leerlo, igual tiene que leerlo o hacer que se lo lean.

Y es que acaba, ¿usted pensaba que la política turística de su departamento no iba a tener repercusiones en los empresarios, usted creía (...)?

EL SR. PRESIDENTE (Van den Eynde Certuti): Gracias Sra. Portavoz. Ha finalizado el tiempo.

Tiene la palabra el Consejero de Industria.

EL SR. CONSEJERO (Arasti Barca): Es una aficionada en cuanto a los datos y sí que es cierto, es usted una aficionada, tengo que decirle que eso no es cierto, que estudia, que estudia mucho los datos, tendrá que estudiar más, para que su compañero pues le ponga, pues si a mí me ha puesto un cuatro, pues no le quiero decir a usted como la calificaría. Por lo tanto tiene que estudiar más.

Miren vamos a ver, usted me habla de datos concretos, a mí me molesta mucho de verdad porque me gusta dar los datos y cuando los doy cito la fuente. Vamos a ver, primer dato, si queremos tener un diagnóstico de turismo a nivel de España, dónde se va usted, solamente hay un sitio riguroso y objetivo, el Informe MONITUR, de toda España, oiga ¿por qué?, porque lo hace el sector y el sector no se engaña a sí mismo.

¿Qué es lo que dijo el sector en la Menéndez Pelayo además, ¡oiga, eh!, no en cualquier sitio, en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo?, oiga que estamos en el puesto decimoquinto. No estaba ni siquiera... bueno había



tomado posesión ya en el mes de junio, pero el estudio estaba realizado con anterioridad. En el puesto decimoquinto y los últimos de toda España en una cosa tan importante como resultados económicos y sociales ¿Es así o no es así?, ¡hombre! a ver si yo lo he soñado o me lo he inventado. Existe ese estudio, lo puede usted consultar y dice lo que le estoy diciendo.

Por lo tanto, mire usted, hay que ser riguroso cuando se hacen ciertas afirmaciones. Pero paso a contestarle.

Mire, debido a ese informe, entre otras cosas, desastroso para Cantabria pues hemos cambiado de estrategia, en cuanto a la promoción. No se trata de gastar más que desde luego a eso no les vamos a ganar nunca, es imposible, sino de hacer una mejor promoción con menos coste y se puede hacer, tenemos mucho margen respecto de ustedes.

Para empezar hemos desarrollado un nuevo portal, ¡hombre! pero si es su portal era ¡por favor!, por favor, cómo era, si es que era del siglo XX, es que con eso no íbamos a ningún lado.

Ya está dando resultados, le voy a dar un dato, que mire usted si quiere me los solicita ante notario, Rumbo la primera agencia de viajes on line de España, ha facturado 507.000 euros de junio a septiembre frente a 139.000 del año anterior, ¿eso es cierto o me lo estoy inventando? ¡Hombre! es cierto, ¡es cierto!, por lo tanto, no tergiversar los datos.

Ya he aludido antes a la utilización de una serie de Gran Hotel con una inversión pequeña y unos resultados yo creo que muy positivos, pero tampoco nos vamos a olvidar de los mercados más próximos, de las Comunidades Autónomas vecinas sobre todo en los meses de temporada baja.

¿Es importante lo que está pasando en el aeropuerto de Parayas?, es importante, Sra. Bartolomé ¿me invento yo los datos que he dado del aeropuerto de Parayas?, ¡pero si son datos oficiales del propio Parayas!, si yo no los hago, o si es una nota de prensa en el que figura Parayas el mejor julio de la historia, exactamente, por lo tanto los datos que he dado son buenos.

Bien, ahora hablaré de los datos que usted alude en cuanto al mes de agosto, los datos del mes de agosto son los que son. Cuando yo he dicho que en viajeros somos la Comunidad que más ha aumentado con un 5,6 por ciento es que eso lo dice el Instituto Nacional de Estadística, del mes de agosto le estoy hablando, lo dice el Instituto..., bueno los primeros de España y somos los segundos en cuanto a pernoctaciones, pues también es así. Y el sector extrahotelero, somos los terceros en cuanto a viajeros y los segundos en cuanto a pernoctaciones. Y hombre, si usted se compara con las Comunidades vecinas, es que la diferencia que le sacamos es de aurora boreal Por lo tanto, no hay por dónde cogerlo.

¿A pesar de eso, tenemos que bajar la guardia? Ni mucho menos. Hay que seguir trabajando y por eso, Sra. Bartolomé, hemos llevado a cabo un Plan estratégico que usted conoce, con una especialización en cuatro aspectos: en el golf, en la náutica, en la cultura y el patrimonio, y en la naturaleza.

Hemos presentado tres proyectos que todos conocen, porque se han dado tres ruedas de prensa. Uno, con el Teleférico del Parque de Cabárceno; otro, con el Teleférico del mirador del Pas y otro, para poner en valor una mina que ahora está abandonada, la mina de Udías. Van a ser inversiones muy importantes, de millones de euros, más de 12 millones de euros el Teleférico de Cabárceno; 15 millones de euros el mirador del Pas y una inversión también por el estilo, la de minas de Udías. Y además de estos proyectos, hay otros que tenemos también estudiando.

Por lo tanto, desde la legitimidad que da un año bien empleado, con medidas sensatas y contando con el sector, que están dando buen resultado. Y le digo una cosa, el mes de agosto es importantísimo para Cantabria, porque representa nada más y nada menos que el 26 por ciento de las pernoctaciones de todo el año.

Por lo tanto, el haber tenido un mes de agosto bueno, es altamente positivo para el sector.

EL SR. PRESIDENTE (Van den Eynde Ceruti): Muchas gracias, Sr. Consejero.

Tiene la palabra la Portavoz del Grupo Parlamentario Regionalista.

LA SRA. BARTOLOMÉ ARCINIEGA: Necesito que me diga dónde vive, porque me mudo mañana. Mañana me mudo, porque no ha podido desmentir los datos, sencillamente porque los datos que yo aportó son rigurosos y son de cómputo global de todos los establecimientos, en viajeros y pernoctaciones.

En viajeros, en agosto, hemos perdido 4.340, lo pinte como lo pinte. Pero es que además le voy a dar más datos, porque no solamente hay que valorar viajeros y pernoctaciones. Mire, respecto al año 2011: establecimientos abiertos, 55 menos. Plazas disponibles, 360 menos. Grado de ocupación, 1,1 puntos menos. Índice de precios, 4,2 por ciento menos. Personal empleado, 316 personas menos que no han trabajado respecto al año pasado.



¿Usted qué ve de positivo en todo esto? Me encantaría de verdad comprarme unas gafas como las que debe tener usted para ver la realidad de esta manera.

Difícilmente va a poder usted corregir los errores, si usted ve la realidad de esa manera tan distorsionada.

Pero lo voy a decir otra cosa. Mire, tiene razón usted que es que no se pueden comparar lo que se invertía en promoción con lo que está invirtiendo usted. Pero es que olvida un detalle y olvida un detalle que no es inocente el olvido, no es inocente.

Y es que por ejemplo, en la anterior Legislatura, Cantabria consiguió 22 millones de euros para promoción del Año Jubilar Lebaniego; cosa que no se ha conseguido ahora, por ejemplo. Y con 22 millones de euros, se pudo hacer mucha, mucha promoción.

Ustedes han dejado pasar la bula papal como si no existiera. Ustedes no han movido nada por conseguir 22 millones, de dinero privado; que permitió hacer una promoción que ustedes no han conseguido.

Pero le voy a decir otra cosa, no me hable del Plan de choque, por favor. No me hable del Plan de choque. El Plan de choque era para el 5 por ciento de los establecimientos, para los fines de semana de cuatro meses, y con entradas a Cabárceno a cinco euros exactamente; un tercio de lo que vale la entrada real.

Usted, necesitaría haber conseguido triplicar el número de visitantes a Cabárceno para conseguir la misma facturación que el año pasado. Y además gestionado por la Asociación de Hostelería, o sea, que es que no me cuente historias.

¿Acaso pensaba que su política tan errática iba a dar ese resultado? Pues no.

Y la web, me habla de la web. Pues mire, le voy a decir una cosa, la web, para que fuera del siglo XXI tenía que empezar por tener una traducción fantástica, que no la tiene; porque la tiene de Google, no es una traducción profesional.

Pero además le voy a decir otro dato. Mire, el 19,5 por ciento, solo el 19,5 por ciento de los visitantes que llegan a Cantabria usan Internet. Solo el 19,5 por ciento. Y usted va a destinar el 80 por ciento de esa campaña de marketing, destinado al 19,5 por ciento, porque solo el 19,5 por ciento... -sí, sí, son datos de FAMILITUR y de FRONTUR, búsquelos. Instituto de Estudios Turísticos del Ministerio.

De manera que usted está desperdiciando el 80 por ciento de los recursos de la campaña de marketing, en el 19,5 por ciento de los visitantes.

EL SR. PRESIDENTE (Van den Eynde Ceruti): Muchas gracias, Sra. Diputada.

Tiene la palabra el Sr. Consejero.

EL SR. CONSEJERO (Arasti Barca): Sra. Bartolomé, la verdad que yo creo que nadie puede entender que usted mantenga que en agosto se han perdido viajeros y el Instituto Nacional de Estadística diga que los viajeros han aumentado en un 5,6 por ciento y además nos sitúan en el puesto número 1.

La verdad que me considero inútil para explicarle a usted estas cuestiones, yo no sé de qué..., ya no es que usted no sea de ciencias ni de letras, desde luego tendría que llamar aquí a Epi y Blas y yo creo que ni así, ni llamando a Epi y Blas yo creo que usted, ni a Don Pimpón, usted comprendería que cuando hay un aumento del 5,6 por ciento implica eso, lo que la propia palabra dice, que los viajeros suben en vez de bajar. Pero bueno, vamos a dejarlo porque es inútil.

Lo que también he medido es pues lo que ha supuesto su Legislatura, y mire, la última Legislatura supuso en viajeros, en toda la Legislatura, datos del Instituto Nacional de Estadística, haga ese ejercicio que le gusta a usted.

Mire, ustedes han bajado en cuanto a viajeros en la Legislatura un 7,36 por ciento; le reto a que haga el ejercicio y me lo desmienta, le reto.

Y en cuanto a pernoctaciones, usted ha bajado un 9,48 por ciento. Sí mire, es un ejercicio intelectual; los viajeros cuando usted llegaron al Gobierno eran de 1.700.000, los dejaron en 1.576.000, y las pernoctaciones cuando ustedes llegaron al Gobierno 4.808.000 y las dejaron en 4.352.000. Por lo tanto no entiendo, con estos resultados, cómo usted está legitimada para ejercer esas críticas.

Desde luego donde no le vamos a ganar es en el gasto. Mire, en 2009, 18,2 millones; en 2010, 12,3 millones..., eso está muy apartado a lo que nosotros vamos a dedicar a promoción. Usted no es partidaria de invertir en la web y en



nuevas tecnologías, a usted lo que le gusta son los anaqueles, los folletos y meterlo todo en esos almacenes que tenemos que pagar por cierto todos los cántabros.

Esa es su política, como su política también es la de los banquetes. ¿sabe cuánto costaban los banquetes de promoción? Yo no sé a quién promocionaban ustedes en los banquetes, bueno mejor dicho sí que lo sé, lo sabe todo el mundo.

Cada banquete costaba 11 millones de las antiguas pesetas, eso ya no existe y nos lo ahorramos; 200.000 euros gastaban en anchoas, pero eso sí de una sola marca, todas de un único proveedor, 200.000 euros. Eso tampoco lo hacemos.

Ni gastar en viajes y hoteles cinco millones de euros, tampoco lo vamos a hacer.

EL SR. PRESIDENTE (Van den Eynde Ceruti): Gracias, Sr. Consejero.

EL SR. CONSEJERO (Arasti Barca): Muchas gracias.