**Lingua e traduzione spagnola II- Mod. b "traduzione per la promozione turistica"**

La señora MINISTRA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (Maroto Illera):

En materia de turismo, como saben, España tiene un peso en el sector turístico muy importante. Aporta el 11,2 % del PIB y casi da empleo a 2,7 millones de trabajadores, lo que supone el 13,7 % del total del empleo. Es una de las fuentes de **ingreso esencial** en estos momentos de nuestro sistema productivo y, por ello, queremos situarlo en la agenda del Gobierno, dado que hasta ahora estaba ausente de la política y de la toma de decisiones. Este ministerio **apuesta por un turismo de calidad**, apostamos por transformar el modelo turístico, incorporando la dimensión social para generar riqueza, pero también para redistribuirla. Partimos de una posición de **liderazgo**; como saben, somos el país más competitivo del mundo, según el Foro Económico Mundial, y somos el segundo país más visitado del mundo. Estos buenos resultados **nos animan a seguir trabajando en el mantenimiento de este liderazgo**. En estos momentos estamos elaborando la estrategia de turismo sostenible 2025, que incorpora una **visión de largo plazo** y aborda adecuadamente los retos presentes y futuros, cómo impacta la transformación digital en el turismo, la estacionalidad y la saturación de algunos destinos, el medioambiente y el cambio climático, la seguridad, la movilidad, la eficiencia energética, la gestión de los residuos en clave de economía circular o los nuevos modelos de participación ciudadana; en definitiva, una estrategia que nos permita incorporar la propia gobernanza turística. **Vamos a trabajar** de forma conjunta con asociaciones, con agentes sociales y económicos relevantes y también con las comunidades autónomas, con quien consensuamos el inicio de esta estrategia en la conferencia sectorial para definir una política turística que permita contar con una oferta de calidad, adaptada al turista del siglo XXI y que ponga en valor los atractivos de nuestro país.

Debemos gestionar más y mejor nuestra diversidad en la oferta turística. Es urgente dotarnos de una **hoja de ruta** **a medio y largo plazo**, ya que el último plan nacional integral de turismo finalizó en el año 2015; de ahí la urgencia que seguro que **sus señorías** comparten. La política turística debe apostar por un turismo de calidad, sostenible e inclusivo, que anteponga el destino al producto, y así lo señalé en la Conferencia interamericana de ministros de economía y turismo que tuvo lugar recientemente en Guatemala. Trabajamos para replantear el modelo turístico y alinearlo con el proyecto de país **en el marco de la agenda 2030** y de los objetivos de desarrollo sostenible, como un vector de transformación para afrontar también el reto demográfico. [...]. España **cuenta con** múltiples atractivos y con un **tejido empresarial** competitivo, capaz de dar respuesta satisfactoria a las demandas, cada vez más exigentes, de las personas que nos visitan. Queremos que estas personas —los trabajadores, los turistas, los vecinos— sean el centro de esta estrategia, y los destinos la base sobre la que se construya su gobernanza. Estamos trabajando, como decía, con comunidades autónomas, con asociaciones, con agentes empresariales y todos los agentes relevantes para definir un plan estratégico de política turística del siglo XXI que nos permita también revalorizar la oferta turística, una estrategia que **va a estar basada** en torno a la sostenibilidad en una triple vertiente: sostenibilidad económica, porque hay que apostar por un turismo de calidad, con mayor diversificación de los productos, acompañado también por la mejora en la calidad del empleo; sostenibilidad medioambiental, porque la riqueza turística tiene que estar también acompañada con un respeto del medioambiente; y sostenibilidad territorial, porque necesitamos también contribuir a reequilibrar esta riqueza. En estos tres meses de gestión hemos iniciado **distintas actuaciones**.

La primera que quiero destacar es que después de tres años convocamos la Comisión sectorial de turismo y la Conferencia sectorial de turismo que, como digo, **llevaban tres años sin reunirse**. En ellas pudimos abordar con las comunidades autónomas cuestiones de gran importancia, como el tema de **las viviendas de uso turístico**. Este mes de septiembre se ha reactivado el grupo de trabajo relativo a las viviendas de uso turístico, como digo, que se creó en el seno de la conferencia sectorial, al que se ha invitado a participar a asociaciones, entidades vecinales, comunidades autónomas y Federación Española de Municipios y Provincias. También está prevista la participación del **Ministerio de Fomento** y su coordinación con el grupo de trabajo interministerial para el desarrollo de medidas urgentes en materia de alquiler. El grupo de trabajo se reunió la semana pasada. Estuvieron dos días reunidos y fruto de esas reuniones, y de las que se realizarán en las próximas semanas, estaremos en condiciones, a finales de año, de presentar **actuaciones coordinadas** en materia de regulación de viviendas de uso turístico que, como digo, es un tema muy relevante por el impacto que está teniendo en estos momentos en el sector.

También estamos trabajando en la creación de un **registro estatal de viviendas de uso turístico**, cuyo objetivo es la necesidad de articular un mecanismo de control y gestión que facilite el desarrollo de las competencias autonómicas y locales correspondientes, así como **el cumplimiento de la normativa** para oferentes e intermediarios. Desde que llegamos al Gobierno, y de forma muy intensa, porque precisamente yo tuve ocasión de participar en el segundo Congreso de destinos turísticos inteligentes justo a la semana de ser nombrada, anuncié la creación de la red de destinos turísticos inteligentes, red que va a tener su constitución oficial el próximo 11 de octubre. Por lo tanto, trabajamos intensamente en que esta red fuera una realidad, y ya les anuncio que **lo va a ser**, puesto que el 11 de octubre se constituirá esta red de destinos turísticos inteligentes. Se trata de una iniciativa muy importante porque está centrada en el ámbito local, y cuyo objetivo es que los municipios que integren la red se configuren como espacios turísticos innovadores a partir de una infraestructura tecnológica de vanguardia que, simultáneamente, garantice el desarrollo sostenible de los territorios.

Daremos continuidad a esta red añadiendo nuevos municipios que ya están interesados en incorporarse a esta metodología, a este proyecto de destinos turísticos inteligentes que el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio está coordinando con Red.es. Como les he manifestado, quiero mantener una interlocución constante y fluida con sus señorías. Este ministerio tiene vocación de canalizar las inquietudes, aspiraciones y retos de la industria, el comercio y el turismo, con una visibilidad y un apoyo que estos sectores no tenían al haber estado diluidos anteriormente, como saben, en diferentes departamentos. Al recuperar el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, tenemos un interlocutor directo para poder canalizar todas estas actuaciones. Tanto los agentes relevantes del sector como las administraciones autonómicas y locales han estado demasiado tiempo ausentes, ignorados, al carecer de un ministerio. Mi objetivo prioritario es trabajar para llegar a amplios acuerdos y consensos. Soy plenamente consciente de que solo las políticas que cuentan con amplios consensos sirven para mejorar el bienestar y, además, perduran en el tiempo. **Llevamos apenas cien días de intenso trabajo**, desarrollando una agenda de país para mejorar la vida de los ciudadanos. Señorías, **espero que mi comparecencia les haya sido** de utilidad. Solo me queda agradecerles su atención y me pongo a su disposición para mantener un debate constructivo y responder a las preguntas que quieran formularme. Muchas gracias.

La señora JULIOS REYES: Muchas gracias, señor presidente. Muchas gracias, **señora ministra**. Le doy la bienvenida y le agradezco la exhaustiva exposición que **nos acaba de hacer**. Su departamento tiene áreas que son muy importantes también para mi comunidad autónoma —hablo en nombre de Coalición Canaria, a la que represento en esta Cámara— y son áreas fundamentales desde el punto de vista estratégico para el desarrollo de cualquier país y, obviamente, también de nuestra comunidad. Hay algunas cuestiones que nos gustaría que nos concretara en relación con Canarias. Empezaré con el turismo que, como sabe, es la industria más importante que tenemos en Canarias. Tanto en esta área del turismo como en las otras, su departamento, y usted lo ha expresado así, tiene que trabajar en absoluta coordinación y complicidad, si me permite la palabra, y colaboración con las administraciones, fundamentalmente las autonómicas, puesto que compartimos muchas competencias, y para que al final seamos efectivos esa colaboración es imprescindible. Nosotros en Canarias tenemos una situación del turismo de la que no nos quejamos, desde el punto de vista de que seguimos siendo punteros no solo en el ámbito del Estado sino incluso a nivel internacional, pero nos preocupa mucho que no seamos capaces de afrontar las situaciones que **están por venir** porque, según dicen los expertos, se avecinan fluctuaciones. Queremos tener capacidad para poder enfrentarnos a **cualquier situación nueva que aparezca** en este sector. Por eso, señora ministra, nos parece fundamental **invertir** y hacer un gran esfuerzo público, por supuesto también privado, para afrontar la **rehabilitación** y modernización de los espacios y de las infraestructuras turísticas para que nuestros destinos no se conviertan en destinos obsoletos.

Señora ministra, sabe usted que tenemos consignadas unas cantidades en los **presupuestos** de 2018 para **convenios** **para la rehabilitación** de infraestructuras y **equipamientos** de zonas turísticas. Muchos municipios turísticos de las islas dependen de estos convenios, sabemos que se está trabajando con el Gobierno de Canarias y nos gustaría que nos concretara fechas, porque se nos acaba el año. Tenemos también interés por conocer si tiene intención de revitalizar los convenios plurianuales que había como estrategia para mejorar los espacios públicos turísticos —que usted sabe que en 2012 el Gobierno anterior los dejó prácticamente a cero— y había unos consorcios de colaboración entre todas las administraciones, todas las administraciones ponían dinero y se coordinaban para la rehabilitación de los espacios públicos. Nos parece importante volver a retomarlo. Como bien ha dicho, es importante seguir haciendo un esfuerzo en diversificar mercados; desde los cabildos y desde el Gobierno de Canarias se está haciendo ese esfuerzo, así como también en la segmentación de turistas. Como sabe, no me puedo extender, pero Canarias en este sentido también es puntero en algunos ámbitos. Quisiera conocer qué estrategias van a desarrollar. Sabemos que se ha creado una **mesa de trabajo** para dar respuesta al problema del **alquiler vacacional**, entendemos que hay que combinar muchos intereses que a veces están enfrentados, pero todas las administraciones tenemos que hacer el esfuerzo de buscar una seguridad jurídica, con respeto a los intereses, tanto de turistas como de residentes y saber, en este sentido, que estrategias tienen.

La señora MINISTRA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (Maroto Illera): E señor Crisol Lafront se ha referido, sobre todo, a los temas de turismo, aunque también ha habido alguna referencia a los datos. Si nos atenemos a los datos que se publicaron esta mañana de Frontur y Egatur y a los que se publicaron ayer de Familitur, de turismo de residentes, hablar en estos momentos de catástrofe del turismo en España no responde a los datos que tenemos, y me remito a los datos de hoy del INE, que señalan que se está manteniendo el flujo de turistas. De hecho, los datos hasta agosto dicen que hemos recibido un volumen de turistas récord, que seguimos en ese nivel. Pero sí que es cierto que nos estamos comparando, en volumen, con dos años excepcionales, 2016 y 2017, por lo que va a llegar un momento en el que mantener las tasas de crecimiento del turismo en España, si no se hace nada, será imposible. Lo he reiterado en mi intervención, en el 2015 finalizó el **Plan director de turismo**, y, por lo tanto, ni en 2016 ni en 2017 ni en lo que llevamos de 2018 se contaba en el ministerio con una hoja de ruta sobre, como decía el portavoz de Podemos, una gobernanza del turismo. Por tanto, **hemos estado viviendo** del turismo prestado; hemos estado viviendo de una **recuperación económica**, de un mejor crecimiento y mejora del poder adquisitivo de los salarios en el contexto de la Unión Europea y España ha sido receptora de esos flujos. Y ahora estamos en un momento en el que o hacemos algo o esa **tendencia alcista** se va a parar; tenemos un determinado nivel de flujos; seguimos en récords históricos; vamos a acabar el año con muy buenos datos en materia de turismo; pero si no hacemos nada la tendencia en algún momento cambiará. En eso estamos trabajando ahora, en trazar una hoja de ruta, y quiero poner en valor que la estamos haciendo con todos los sectores. Nosotros no estamos trabajando solos en el ministerio encerrados en un despacho e imponiendo políticas, sino que, como bien decía el portavoz del Grupo Socialista, estamos saliendo, visitando los territorios, y viendo cuáles son las peculiaridades de cada uno de los territorios, que son muy diversos. Se ha comentado que no se trata solo de hablar del **modelo de sol y playa**, España no es solo sol y playa; España tiene un turismo interior que está revalorizándose. Tenemos muchos productos y en esa gobernanza del modelo turístico tenemos que integrar todos esos productos, todos esos destinos. A mí me gusta más hablar de destino que de producto, porque cuando visitas un territorio te encuentras con multitud de productos sobre los que tenemos que trabajar para realmente satisfacer la experiencia del visitante que cada vez es más exigente y busca un producto más especializado. En eso es en lo que ahora mismo estamos trabajando en colaboración con las comunidades autónomas. Estamos definiendo esa estrategia de turismo sostenible 2025; sostenibilidad que quiero destacar porque los ejes de la estrategia no tienen solo que basarse en cuántos turistas recibimos, sino en la calidad del turismo. Los datos que tenemos sobre calidad son muy buenos. Si ven los datos de esta mañana, el gasto turístico ha aumentado en un 2,8 %, luego ya se ve que el hecho de que puedan venir más o menos nos tiene que importar, pero lo más importante es la competitividad de nuestro destino, y desde el punto de vista de la competitividad los datos nos dicen que el modelo turístico debe tender, con las mejoras que hagamos con ese plan estratégico, a la calidad, a mantener el gasto turístico, a conseguir que los residentes que vengan a visitarnos estén más días en los territorios, para que puedan tener una experiencia más satisfactoria. En eso estamos todos de acuerdo; trabajamos con comunidades autónomas y corporaciones locales porque somos conscientes de que muchas de las competencias están descentralizadas y, por lo tanto, esa coordinación nos permite hacer mejor las cosas y, como he insistido en mi intervención, gestionar mejor, porque al final estamos hablando del **gasto de recursos públicos** en políticas muy importantes y la buena **gobernanza** económica también tiene que estar en nuestras políticas. Hemos trazado un plan de trabajo intenso; por eso espero que a principios del año que viene podamos tener ya definida esa estrategia y los pilares.

[...]. Me ha hablado también de **Paradores**; y como, efectivamente, yo no he hecho ninguna referencia a ello en mi intervención, hago mías sus palabras. Creo que tenemos un producto, el de Paradores, **muy Made in Spain, muy nuestro**; un producto que hay que **dar más a conocer**. Y, en efecto, además de los residentes, de los nacionales, que ya lo utilizan, tenemos un reto muy importante, el de captar también turismo internacional hacia Paradores. Y, sobre todo, a los jóvenes, que todavía utilizan muy poco este producto. Hay que modernizarlo, hay que hacerlo más atractivo, porque, como digo, es uno de nuestros **buques insignia** por lo que representa, que es, porque no solo es producto turístico, la cohesión territorial. Muchas ciudades, gracias a tener ese parador, hoy tienen una oferta turística de calidad.

La señora **SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO** (Oliver Sagreras): Gracias, presidente, buenos días.

Disculpen mi falta de voz, voy a intentar que se me oiga y esperemos que lo consiga.

Diputados y diputadas, buenos días; comparezco hoy ante esta Cámara para dar cuenta del proyecto de **Presupuestos Generales del Estado** de la Secretaría de Estado de Turismo. Como ya les indiqué en mi primera comparecencia, hace poco más de un mes, y tal y como el presidente del Gobierno Pedro Sánchez ha recalcado en numerosas ocasiones, la más reciente esta semana pasada con motivo de FITUR, el turismo no es un ámbito más de nuestra economía, es una herramienta de cohesión social pero también de cohesión territorial, es fuente de empleo y también de fijación de población. Es el sector que más riqueza ha generado en los últimos años y el que mejor soportó los efectos de la crisis económica y por eso estamos ante una política de Estado, que debe estar presente entre las prioridades de todo Gobierno y, sin duda, también lo está en el nuestro.

El turismo, como saben muy bien ustedes, es un sector transversal y por ello las **políticas presupuestarias** que le afectan no derivan única y exclusivamente de las reflejadas en este presupuesto de la Secretaría de Estado de Turismo, influyen otros ministerios, como **Fomento**, con actividad aérea, marítima e infraestructuras ferroviarias y de carreteras; Interior, a través de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado; Asuntos Exteriores, mediante la concesión de visados; o Transición Ecológica, mediante la política de costas o de los espacios naturales, por solo mencionar algunas de ellas. Todas ellas tienen mucha importancia y relevancia en el sector turístico, como también lo tienen las comunidades autónomas que ostentan las competencias en ordenación turística y también ordenación del territorio, cuestiones que, por supuesto, inciden de una manera clara y directa en el desarrollo del turismo; y por supuesto también los municipios, que despliegan toda una red de servicios públicos, mantenimiento de playas, oficinas de información, rutas, guías, para atender a los visitantes. También es esencial un activo invisible que en numerosas ocasiones damos por sentado, el valor de lo público, ese que percibe cualquiera de nuestros visitantes durante la estancia, cuando siente la presencia cercana de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado o recibe la ayuda de nuestro personal sanitario ante cualquier contratiempo. Por eso, recuperar la **inversión en fomento**, en formación, en sanidad, en seguridad, como hacen estos **presupuestos**, es también **invertir en turismo**, porque se trata de una industria transversal que requiere política y enfoques transversales. [...]

Merece también la pena destacar el programa de **desarrollo e impulso empresarial turístico**, Reditur, un novedoso programa mediante la subvención de 380000 euros a la Cámara de Comercio de España para cofinanciar, junto con fondos FEDER, dotados con 4 millones de euros y en la que participan más de mil **pymes** **turísticas**. Este programa está dirigido a sectores de **pymes turísticas**, tales como **alojamientos rurales** **y urbanos** de hasta 50 empleados; turismo activo; naturaleza; marchas ecuestres; golf; alquiler de bicicletas en destinos turísticos; turismo cultural; edificios de interés turístico, como castillos, palacios; guías turísticos. El programa tiene por objetivo mejoras en la accesibilidad, soluciones de comercialización, sistemas de ahorro energético, contabilidad y gestión, análisis de la oferta y sistemas de traducción, entre otros. En definitiva, un programa para apoyar y mejorar el **tejido empresarial de las pymes turísticas** de nuestro país, que dominan el paisaje del sector. [...].

Además del mencionado incremento en campañas y acciones de promoción en el exterior, que he mencionado al comienzo de mi intervención, se incrementa también la partida de construcción de nuevos **Paradores de Turismo**. Como decía, se ha incrementado la partida de construcción de nuevos Paradores de Turismo, en total serán 12,5 millones de euros los que se destinarán a la construcción de paradores en el año 2019. Esta partida aumenta en 1,450 millones y no está especificada de forma nominativa parador por parador, sino en una partida global para mejor ejecución del presupuesto en función de las obras de cada parador, así como **se vayan desarrollando**. A lo largo del año esperamos terminar nuestras **actuaciones** en los paradores de Muxía y Veruela y dar un fuerte impulso a Ibiza y a Molina de Aragón. En Morella seguiremos desarrollando las intervenciones arqueológicas previas y esperamos comenzar su ejecución en la segunda mitad del año 2019. Respecto de Muxía y Veruela estamos trabajando con el horizonte de que las obras se acaben y puedan cederse a **Sociedad de Paradores de Turismo España**, S.A. a lo largo de este año, para que la empresa Paradores realice **las inversiones que correspondan** para su apertura cuanto antes. En relación con el Parador de Ibiza se ha elaborado un proyecto de ejecución por importe de 25 millones de euros que ya fue remitido al Ayuntamiento de Ibiza el pasado 21 de diciembre; de ahí debe pasar al Consell insular para la concesión del preceptivo permiso de la Comisión Insular de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Patrimonio Histórico y posterior licencia de obra por el ayuntamiento que posibilite su licitación por parte de **Turespaña**. [...].

El señor **MARTÍNEZ GONZÁLEZ:** Gracias, señor presidente.

Desde Ciudadanos siempre hemos defendido la necesidad de un verdadero plan de modernización que promueva la renovación del sector turístico hacia un modelo basado en la excelencia y la sostenibilidad y que incluya medidas que permitan la diversificación y la **desestacionalización de la oferta turística**. Y los destinos turísticos inteligentes es algo a lo que este país, que es una potencia a nivel turístico, no puede quedar al margen.

Venimos hablando de destinos turísticos desde el año 2010, ya en el **Plan Nacional Integral de Turismo** se contemplaba, incluso Segittur sacó un libro blanco de destinos turísticos inteligentes. Pero la verdad es que, más allá de experiencias de algunas ciudades a nivel individual, no ha existido un plan global de desarrollo de estos destinos. Y ya no solo de los **destinos**, sino de los territorios inteligentes que agrupen a ciudades.

Me sorprende también lo que nos ha dicho el portavoz del Partido Socialista, porque habla de unas medidas en unos presupuestos que no han sido aprobados, que han sido rechazados por el Congreso, con lo cual yo no veo la **dotación presupuestaria** para esas medidas que proponen ellos desde el ministerio, o sea, es algo totalmente irreal. Es una realidad que las nuevas tecnologías lo han cambiado todo, y el turismo no podía ser ajeno a esto. Y yo creo que para positivo, porque mejoran los destinos inteligentes, y las nuevas tecnologías vienen a mejorar la experiencia de los visitantes, e incluso la calidad de vida de los residentes.

Nosotros tenemos la obligación, como primera potencia que somos a nivel mundial de turismo, de garantizar el presente y también el futuro del turismo en este país, que genera tanto empleo y tanto beneficio a nuestra economía, y tenemos que introducir tanto a nivel privado como público y empezar a hablar de conceptos como innovación, tecnología, sostenibilidad, accesibilidad y *big data*.

Y digo que hay y —decía al principio de la intervención— que vamos con experiencias individuales porque, por ejemplo, ahora se han dado los premios de capital europea de turismo inteligente, y a pesar de que estaban nominadas Málaga, Palma y Valencia, no ha habido ninguna capital española que sea nominada. El premio ha sido para Helsinki y Lyon. Y yo creo que en estos temas nosotros no nos podemos quedar atrás.

Internet y las nuevas tecnologías han supuesto una auténtica revolución. La web 2.0, los móviles, las redes sociales han tenido incluso un enorme impacto en cualquier sector productivo, y el turismo no podía ser ajeno. Ahora los viajeros están hiperconectados y son interactivos. Hay un antes, cuando se prepara el viaje, que lo permite Internet, preparar, planificar, hay como una inspiración asistida; y existe un después, con una satisfacción compartida, todo el mundo sube fotos de sus viajes, comparte, da «me gusta». Y esto supone una auténtica revolución. Ya es difícil ver en una ciudad a un turista con un mapa. Ahora todo el mundo se apoya en las nuevas tecnologías (en las tabletas o en los móviles).

Entonces, **tenemos conceptos que trabajar** y hay que desarrollar planes de Estado en este sentido con las comunidades autónomas, que tienen las transferencias, y con los ayuntamientos. Hay que hablar del Internet de las cosas y la revolución que supone el 5G y las redes de fibra óptica, de inteligencia artificial, de *big data*, de realidad virtual. Y todo esto nos va a servir, como decía, para mejorar la movilidad, los destinos, la accesibilidad y la sostenibilidad.

Tenemos experiencias interesantes, como Benidorm, un destino que se está reinventando y que ha recibido una Q de calidad y es un destino inteligente; o el premio que se le ha dado a Málaga en cuanto a accesibilidad y que está compitiendo en un mercado que mueve casi 58 millones de turistas que tienen problemas de movilidad. Vamos a apoyar la iniciativa. Yo creo que es un poco crepuscular, tenía que haberse hecho antes, al principio de la legislatura y haberse dotado cuando gobernaba el Partido Popular, pero nos parece que el destino elegido, Almería, es un buen destino y por supuesto que lo vamos a apoyar. Muchas gracias.

La señora **REYNÉS CALVACHE:** Muchas gracias, presidente. Muy buenas tardes, señorías.

España ha sido reconocida como el mejor destino turístico del mundo. Y este éxito se puede atribuir a nuestra oferta única de recursos culturales y naturales combinados con una sólida infraestructura de servicios turísticos, conectividad del transporte aéreo y un fuerte apoyo político. El turismo es un sector clave para la economía de nuestro país, ya que supone más de un 11 % del **PIB** y aporta alrededor del 13 % del empleo. Tiene un fuerte efecto multiplicador y tractor, dado su carácter transversal y, por lo tanto, es un sector estratégico para la economía española, así como un elemento fundamental de la acción española en el exterior.

En la actualidad estamos asistiendo a toda una serie de transformaciones que, unidas al fuerte desarrollo de las nuevas tecnologías, están alterando lo que es la cadena de valor, los procesos de comercialización y venta, y el propio comportamiento de los consumidores en un mercado en el que confluyen cada vez más segmentos de turistas potenciales y en el que compiten cada vez más destinos internacionales. Todo ello, por tanto, configura un **nuevo entorno**, en el que España se enfrenta al reto de renovar su **liderazgo** como potencia turística, lo que pasa necesariamente por la continua mejora de la competitividad de nuestras empresas y destinos, la diferenciación de nuestra oferta y la captación de turistas en segmentos que proporcionen mayores **ingresos**, así como en nuevos mercados emergentes también.

Para asegurar, por tanto, la colaboración entre los agentes públicos y privados y lograr un total alineamiento de los objetivos de política turística con las necesidades del sector empresarial, desde la Secretaría de Estado de Turismo se ha ofrecido siempre apoyo a la reconversión de destinos turísticos, y se ha promocionado el turismo sostenible, accesible y de calidad, todo ello desde una visión integrada de colaboración con los distintos agentes del sector. Siempre se tuvo claro que el turismo **iba a ser** uno de los principales impulsores de la recuperación económica y de la generación de empleo en nuestro país, y así ha sido. Es verdad que el turista actual es un consumidor maduro, que **se ha convertido en** cliente experto y exigente, con nuevas motivaciones y abundante información que exige unos grados crecientes de conservación y preservación del medio ambiente y de los **recursos naturales**.

Pero tenemos por delante también importantes desafíos, necesitamos consolidar este crecimiento, establecer nuevas pautas en la actividad turística incorporando las nuevas tecnologías, y mejorar y proteger nuestros destinos ayudando a nuestros empresarios turísticos a seguir ganando en competitividad y en eficiencia. En este **marco competitivo** el sector turístico español debe seguir evolucionado con sentido común, tratando de consolidar sus destinos tradicionales y propiciando un desarrollo dinámico y diversificado atendiendo a las exigencias de la demanda, en un mercado de ofertas extremadamente competitivo y mejorando los estándares de calidad que mantiene España como país líder en turismo.

En el caso de mi comunidad autónoma, Baleares, el turismo genera el 45 % del PIB, lo que representa el porcentaje más alto del país. La actividad turística en Baleares mantuvo a lo largo de 2018 una pauta dinámica y sostenida, a pesar de la recuperación de los destinos competidores, y datos tan positivos como la subida del gasto por turista y día o el aumento del casi 8 % del empleo en el sector del alojamiento. Baleares está siendo así capaz de mantener su capacidad de atracción turística, debido en parte al enorme **esfuerzo inversor** realizado por el sector empresarial hotelero en los últimos años, gracias a la favorable normativa existente.

El sector turístico de Baleares ha pedido reiteradamente al ministerio que invierta más en infraestructuras públicas para hacer más competitivo el archipiélago balear, en un momento en el que el resto de destinos vacacionales del Mediterráneo han retornado con más fuerza. Por lo tanto, es importantísimo y urgente que se lleven a cabo actuaciones por parte de las administraciones, todas ellas viables desde el punto de vista económico, político y social **a corto y medio plazo**, ya que se está produciendo un cambio de ciclo turístico y que aquellos destinos que no sepan renovarse sufrirán. Por estos motivos y porque el Partido Popular cree plenamente en la colaboración público-privada es por lo que mi grupo parlamentario presenta la siguiente proposición no de ley, que es instar al Gobierno a elaborar de forma conjunta con el sector turístico un plan de modernización de los destinos turísticos de Baleares, apoyando proyectos integrales a través de los que se implementen las acciones necesarias para la renovación de los distintos elementos que conforman el valor turístico de Baleares, con la finalidad de que **siga siendo** un destino turístico competitivo.

El Partido Socialista y Ciudadanos han presentado enmiendas, y vamos a aceptar las de Ciudadanos. Muchas gracias.

La señora **SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO** (Oliver Sagreras): Muchas gracias, presidente.

Buenas tardes a todos, señorías, diputadas y diputados. Comparezco hoy a petición de Ciudadanos, de Podemos y del Partido Popular, y también a petición propia, ante esta Comisión de Industria, Comercio y Turismo del Congreso de los Diputados para presentar las líneas generales de mi **departamento**, las actuaciones previstas y para hacer balance de la temporada turística. Voy a intentar dar cumplimiento a las peticiones formuladas de manera ágil y concisa.

Como saben vivimos un momento de cambio. Hasta ahora hemos basado nuestro éxito turístico únicamente en el número de visitantes que recibíamos, lo cual es un error. No hay que obsesionarse con batir récords: es más importante la calidad que la cantidad. El mundo que vio crecer a España como el lugar favorito de vacaciones de los europeos ya no es el mismo. Los cambios en nuestro entorno, en la dinámica del sector y en el comportamiento mismo de los viajeros son profundos, muy rápidos y muchas veces impredecibles. Estos cambios exigen modificaciones en las políticas: si todo cambia no podemos **seguir haciendo** lo mismo. Es ahora, en un momento de prosperidad turística, cuando podemos y debemos replantear el modelo turístico español no solo para generar riqueza, sino para **convertir el turismo en** una herramienta que contribuya a tener una sociedad más próspera, igualitaria e inclusiva.

Antes de exponer las líneas generales de actuación de esta secretaría de Estado y detallarles hacia dónde queremos ir me gustaría hacer una breve radiografía del sector turístico en nuestro país. El turismo representa el 11,2 % del PIB y el 13,3 del empleo en España, y genera más de 125 000 millones de euros: es por tanto una de las fuentes de riqueza esenciales de nuestro sistema productivo. El año pasado España refrendó nuevamente su posición como potencia turística mundial, al ser elegida por segunda vez consecutiva por el Foro Económico Mundial como el país más competitivo del mundo. Además fue el segundo país a nivel mundial en gasto y en número de turistas internacionales recibidos. Es un sector que, aunque de forma más moderada, sigue creciendo este año. Así lo demuestran las cifras correspondientes a los diez primeros meses, cuando el gasto turístico rozó los 80 000 millones de euros, lo que supone un 2,7 % más que en el mismo periodo del año pasado, y nos visitaron casi 74 millones de turistas internacionales, un 0,5 % más que el año pasado en el mismo periodo de tiempo.

En el acumulado del año los principales mercados emisores fueron Reino Unido, con 16,7 millones de turistas internacionales; Francia, con más de 10,3 millones, y Alemania, también con más de 10,3 millones de visitantes. Entre el resto de países emisores caben destacar los crecimientos experimentados por Estados Unidos, con un aumento superior al 10 %; Portugal, más del 9,7 %, y Rusia, con más del 5,9 %. Por destinos nacionales Cataluña volvió a ser la comunidad autónoma que más visitantes internacionales recibió, con más de 17,1 millones; seguida de Baleares, con casi 13,5 millones, y Canarias, con más de 11,3 millones de visitantes.

Explicado el contexto, a continuación, pasaré a exponerles las acciones que **hemos llevado a cabo** en estos seis primeros meses de Gobierno. Cuando llegamos nos encontramos con una Secretaría de Estado de Turismo aletargada, así que lo primero que hicimos fue **poner en marcha** una maquinaria que durante la anterior legislatura tuvo escasa actividad. Llevamos ciento ochenta días de Gobierno, ciento ochenta días de trabajo muy intenso. En contraste con la parálisis de los años anteriores hemos vuelto a situar el turismo en la agenda política, como sector económico estratégico que es, porque hasta ahora estaba ausente de la toma de decisiones. Así, entre nuestras primeras acciones estuvo reunir después de tres años a las comunidades autónomas en comisión y en Conferencia Sectorial de Turismo, un encuentro en el que tuvimos la oportunidad de conocer de primera mano las inquietudes y propuestas de las comunidades autónomas, y en el que se abordaron cuestiones como la problemática de las **viviendas de uso turístico**. [...].

Entre los **compromisos adquiridos** se acordó la reactivación de cuatro grupos de trabajo: el de viviendas de uso turístico, el de agencias de viaje, el de estadísticas y el de *marketing*. Permítanme que en primer lugar me refiera a las viviendas de uso turístico. Este grupo se reunió en septiembre y en él participaron todas las comunidades autónomas, la Federación Estatal de Municipios y Provincias, y además de nuestro **ministerio los de Fomento y Economía**. También se invitó a una veintena de agentes económicos y sociales implicados en este asunto. Así, **hoteleros**, **empresarios**, plataformas, **vecinos**, consumidores, sindicatos y **administradores de fincas** pudieron exponer su punto de vista sobre esta cuestión y aportar sus consideraciones al respecto. Las competencias, tanto en materia de ordenación turística como de urbanismo —íntimamente relacionadas con las de turismo—, son de las comunidades autónomas, pero el Gobierno, ante sus requerimientos, decidió abordar esta cuestión para garantizar la legalidad, la calidad, la seguridad y la fiscalidad. Todas las administraciones tienen competencias —unas más que otras— que inciden sobre esta actividad: la europea, el Gobierno central, las comunidades autónomas, los *consells insulars*, los cabildos y los ayuntamientos. Actualmente tenemos varias líneas de trabajo abiertas para afrontar esta problemática. Por un lado, estamos trabajando en la modificación de algunas normativas estatales, como la **Ley de Arrendamientos Urbanos**, para desvincular la exclusión de esta actividad, de que tales viviendas hayan sido comercializadas únicamente por canales de of turística, y también para remitir de forma clara la definición de este tipo de cesión de uso a la normativa sectorial turística. También estudiamos la modificación de la Ley de la Propiedad Horizontal para rebajar la mayoría necesaria, para limitar o condicionar el alquiler turístico a tres quintas partes del total de propietarios que a su vez representen las tres quintas partes de las cuotas de participación. Ambas cuestiones han sido tratadas dentro del grupo de trabajo interministerial para el desarrollo de medidas urgentes en materia de vivienda y alquiler, que comanda Fomento. Próximamente el Consejo de Ministros aprobará un paquete de **medidas** para mejorar el **marco regulatorio** del alquiler, y entre ellas se incluirán las mencionadas modificaciones. Y es que, además de los problemas de las comunidades autónomas para aplicar sus normativas y controlar su cumplimiento, se observa que el incremento de los precios de mercado de la vivienda ha sido particularmente intenso en los territorios de fuerte dinámica inmobiliaria, caracterizados por una mayor actividad turística desarrollada sobre el parque de viviendas existente. Ello se pone de manifiesto, según el **Observatorio de Vivienda y Suelo**, si se analiza la evolución de los precios en los últimos años. Las provincias en las que los precios de la vivienda se han incrementado con mayor intensidad han sido Madrid, Barcelona, Las Palmas, Baleares, Málaga y Santa Cruz de Tenerife. No cabe duda de que el fenómeno creciente del alquiler turístico es un factor que incide en este incremento de precios, pero también hay otros. Desde Fomento se está abordando esta problemática de forma transversal. Por este motivo se entiende necesario adoptar diferentes medidas para contribuir a conciliar el desarrollo de la actividad turística con las necesidades de los residentes.

Otra de las iniciativas de esta Secretaría de Estado es la creación de un registro estatal único de viviendas de uso turístico, que sirva no solo como instrumento para que las comunidades autónomas puedan **controlar el** **cumplimiento** de las normativas que han desarrollado, sino para medir también el alcance real de este fenómeno. Ahora mismo no disponemos de un mapa de viviendas de uso turístico en nuestro país, y esta herramienta nos lo proporcionaría.

Además de abordar acciones para afrontar el problema del alquiler turístico hemos reactivado los grupos de estadística y *marketing*, como les decía, este último creado en mayo del año 2017, y que hasta ahora no había mantenido ninguna reunión. Los convocamos en octubre y en ellos participaron catorce comunidades autónomas, el INE, Segittur y Turespaña. En el primero, el de estadística, se expuso la necesidad de desagregar las estadísticas y mejorar los indicadores del perfil de turista de los mercados lejanos, así como los indicadores de gasto. Mientras que en el de *marketing* se abordaron temas como la planificación y coordinación de jornadas profesionales de apoyo a la comercialización turística, las ferias internacionales y la creación de sinergias entre Turespaña y las comunidades autónomas en materia de redes sociales y *marketing* de contenidos. Esta misma semana se ha reunido el Consejo Español de Turismo, Conestur, que hacía cuatro años que no se convocaba. En él se abordaron —junto a las comunidades autónomas, Federación Española de Municipios y Provincias, CEOE, Cámara de Comercio, sindicatos y profesionales de reconocido prestigio— los retos y oportunidades que tiene por delante nuestro sector turístico. Así, se habló entre otras cuestiones sobre el nuevo modelo turístico, sobre promoción y *marketing* de productos turísticos sostenibles y **desestacionalizadores**, y sobre la intensificación de la colaboración público-privada. Precisamente como muestra del **compromiso** de este Gobierno por la escucha activa convocaremos en el primer trimestre del año 2019 el comité ejecutivo de Conestur para abordar estas cuestiones y preparar el próximo pleno del consejo.

Por supuesto, además de retomar la colaboración institucional con las administraciones autonómicas, grandes olvidadas en estos últimos años, en estos seis meses de trabajo también hemos reactivado la cooperación internacional. Cabe recordar que el modelo turístico español es un referente para otros países, especialmente para América Latina. Hemos retomado relaciones con Uruguay, Paraguay, Corea del Sur, Guatemala, México y Ecuador, entre otros países. También hemos estrechado relaciones con Reino Unido, nuestro principal mercado emisor. El mes pasado, aprovechando mi presencia en Londres con motivo de la World Travel Market, me reuní con Michael Ellis, mi homólogo británico, para tratar del interés común del sector turístico, un interés común del sector turístico como es el *brexit*. Si hablamos de cooperación internacional no puedo dejar de referirme a la Organización Mundial del Turismo, con la que mantenemos una relación cercana y fluida. El compromiso de España con esta organización ha sido y es siempre activo desde su creación. También hemos mantenido estos meses un diálogo fluido con **líderes empresariales** y agentes sociales de España, porque la política turística la debemos construir entre todos.

Al margen de fortalecer las relaciones nacionales e internacionales de nuestro país nada más llegar reactivamos la firma de **convenios**. Suman casi 23 millones de euros, y contemplan desde **actuaciones de rehabilitación** y mejora de infraestructuras turísticas hasta la promoción de rutas del vino, ecoturismo, la campaña anual de banderas azules, por mencionar solo algunas de ellas. Estamos también reimpulsando el sistema de calidad turístico español, un proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos. De hecho, tras varios años sin celebrarse, tuvo lugar el mes pasado en Valencia el XV Foro Sicted, en el que participaron más de doscientas personas. Se ha realizado también una revisión metodológica de Sicted para optimizar el sistema e introducir mejoras con nuevos módulos formativos. Los manuales de buenas prácticas se han mejorado y flexibilizado, y se ha creado un sistema de indicadores y estadísticas. Además vamos a dar más visibilidad a la marca Q de calidad, para lo cual en septiembre renovamos el convenio de colaboración entre esta secretaría y el ICTE, que como saben es una entidad de certificación de sistemas de calidad del sector turístico.

Estamos trabajando también en la **apertura del cupo** de señales Sistho —una demanda muy frecuente de las comunidades autónomas— y también en el desarrollo de una nueva orden para la declaración de fiestas de interés turístico nacional e internacional, con el fin de adaptar los requisitos para su obtención a las nuevas demandas de la sociedad de la información. En la actualidad está en consulta publica en la página web del ministerio la intención de esta secretaría de modificar dicha orden, que data del año 2006, un requisito previo para su modificación y nueva redacción. En estos seis meses se han declarado siete nuevas ferias de interés turístico, tres de ellas nacionales y dos de ellas internacionales.

Señorías, permítanme ahora que les hable de **Turespaña**, el organismo de promoción en el exterior que forma parte de esta secretaría de Estado. Su estrategia tiene una doble vertiente, en nuestros mercados tradicionales, como pueden ser el británico o el alemán, está centrada en la búsqueda de un turista interesado en la gastronomía, la cultura y la artesanía. Un viajero frecuente en Europa y con mayor capacidad de gasto. Se trata de un tipo de turista estratégico para España debido a su **carácter desestacionalizador**, a la posibilidad de atraer nuevos segmentos de mercado y a la influencia que ejerce sobre otros turistas. Crecer en nuevos **mercados emisores** como el asiático o el estadounidense es otro de los retos tácticos de Turespaña. Para ello se está trabajando en la mejora de la conectividad aérea, los visados y la imagen de destino como marca país. Precisamente para acelerar los **trámites de expedición de visados** en mercados como el chino, en el que tenemos muchísimo margen de crecimiento, estamos en contacto con la Dirección General de Españoles en el Exterior y Asuntos Consulares. Además el organismo que dirige Héctor Gómez está ultimando un plan de *marketing* digital, y está llevando a cabo cambios en el portal Spain.info, de forma que tendrá menos información convencional, pero será mucho más experiencial. Al mismo tiempo estamos intensificando las campañas de publicidad, la presencia en redes sociales y la formación de agentes. También la colaboración con las comunidades autónomas y el sector privado, a través de las treinta y tres **consejerías** de Turismo en el exterior, es otra de las cuestiones que estamos activando.

**Voy a hablarles** también de **Paradores**, que este año celebra su 90.º aniversario y que es un caso único en el mundo. No hay otra empresa pública que contribuya a la recuperación y preservación de nuestro patrimonio histórico artístico al mismo tiempo que cuida el entorno natural, y dinamiza la economía local. Es un ejemplo de turismo sostenible y de calidad; precisamente las dos banderas que enarbolamos desde esta secretaría. Paradores cerrará este año con una facturación de 257 millones de euros aproximadamente, un Ebitda —beneficio bruto de explotación— superior a los 35 millones, y un beneficio neto, después de impuestos, de más de 14 millones, datos que reflejan la buena salud de esta empresa. A lo largo de este año Paradores ha vendido más de 1300000 **habitaciones** y más de 2100000 cubiertos, lo que la sitúa en los mismos datos que el año 2017. Todo ello a pesar de que el primer semestre del año se comportó peor de lo **presupuestado**, y de que existen varios paradores cerrados por obras que estaban abiertos en el año 2017 como, por ejemplo, el de León, que facturó 9 millones de euros el año pasado, pero cerró el 15 de diciembre de ese año para acometer su reforma. **Pues bien**, a pesar de estos cierres, Paradores **va a estar** en cifras de negocio parecidas a las del año pasado, y esto es gracias a que el segundo semestre se ha comportado mucho mejor que el primero, y a que se han mantenido el número de ventas e incrementado los ingresos medios. Dicho de otra forma, con menos paradores abiertos que en el año 2017, Paradores va a cerrar 2018 en cifras parecidas a las del año pasado. La cadena pública tiene varias metas, entre ellas, relanzar su marca reforzando su visibilidad y haciéndola más presente en la captación de clientes extranjeros y también nacionales. Agilizar las obras y reformas pendientes y relanzar la gastronomía de Paradores volviendo a su sentido original, que no es otro que poder consumir en sus restaurantes el mejor producto local, son otros de sus objetivos. También, por supuesto, devolver a los trabajadores parte del esfuerzo que realizaron con el ERE mediante un nuevo convenio colectivo que contempla una subida salarial del 8 % para 2018-2020 y el impulso a la formación.

Uno de los proyectos que hemos impulsado desde esta secretaría de Estado con el apoyo de Segittur es la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, una iniciativa que pusimos en marcha en octubre con sesenta y siete destinos de todas las Comunidades Autónomas y que supone un paso más en el impulso al nuevo modelo turístico. Esta red apoyará la conversión de los destinos, favorecerá la cohesión, el intercambio de buenas prácticas y el aprovechamiento de sinergias. Se trata, en definitiva, de buscar un mayor control del turismo, una gestión más eficiente y sostenible, y un incremento de su rentabilidad y competitividad en el conjunto de la economía. También estamos trabajando en la transformación digital de nuestros destinos turísticos, sobre todo en aquellos ámbitos que más valor añadido pueden aportar a residentes y turistas. [...].

**A nadie se le escapa** que el sector turístico se encuentra hoy inmerso en un proceso de transformación sin precedentes, impulsado por las nuevas tecnologías y la aparición de modelos de **negocio disruptivos**. Los segmentos más jóvenes del mercado, más conectados que sus predecesores, están dictando las nuevas normas y están imponiendo nuevos comportamientos. Todo ello, exige la redefinición de las políticas turísticas y el desarrollo de nuevas herramientas de planificación y gestión. Por eso, para este Gobierno es prioritario volver a hacer política turística tras el injustificable parón de los últimos años, porque un país turístico como España no puede permitirse **actuar** como si el turismo funcionara solo. Así, más allá de impulsar la necesaria transformación digital del sector, también trabajamos para tener una mayor diversificación de la oferta con el fin de lograr un modelo turístico sólido, perdurable, descongestionado y que suponga una fuente de riqueza para todos los territorios. España es un país consolidado en el sol y playa, que constituye la base de nuestro turismo, lo que nos permite ser realmente líderes en turismo vacacional, pero tiene otros muchos atractivos que ofrecer: riqueza paisajística, cultural, patrimonial, gastronómica, deportiva y mucho más. Tenemos un patrimonio muy diverso para sustentar la creación y consolidación de productos turísticos que capten nuevos segmentos de la demanda. Para **fomentar esta diversificación** de producto y poner en valor los muchos atractivos que tiene España además del sol y playa, esta secretaría de Estado está apoyando un modelo de clubes de producto basados en la cooperación público-privada. La apuesta del Gobierno es competir en calidad, nunca en precio, ofertando productos diferenciados que permitan incrementar los ingresos mediante el aumento de la estancia media y la atracción de turistas con mayor propensión al gasto.