

TRANSCRIPCIÓN RESUMIDA DE LAS OPINIONES DE LOS PONENTES DEL FORO POLÍTICO

- ***El debate comienza abordando un aspecto controvertido, que gira en torno a la Marca ciudad. ¿Debe Madrid tener una? ¿Cómo mejorarla y construir una buena marca?***

Almudena Maíllo (PP) considera que la hospitalidad del madrileño es la marca más fuerte de Madrid y, aunque comparte que quizás falte un símbolo claro, considera que es el propio madrileño quien encarna la marca ciudad.

Carlota Merchán (PSOE) afirma que no tenemos esa marca, esa seña de identidad. Coincide en que es muy difícil escoger esa marca como pueda ser la torre Eiffel en París o el Guggenheim en Bilbao. Insiste en aprovechar su potencialidad como capital del estado y como capital del español y la cultura hispana.

Eulalia Vaquero (IU): opina que se ha caminado muy deprisa hacia un lugar equivocado, como la candidatura de los Juegos Olímpicos, que finalmente no ha llegado pero sí se ha invertido en infraestructuras están ahí; o el ejemplo de Eurovegas. Considera que existe desidia y desinterés en las nuevas fórmulas y tenemos que estar muy atentos. Nos hemos despistado y nos hemos descolgado. Tenemos muchos hoteles, con una oferta muy potente y una baja demanda debido a la desregulación. La amplia oferta ha tenido que bajar precios. Quizás debemos plantear una moratoria en la construcción de hoteles.

Sofía Miranda (Ciudadanos). Sobre esa posible Marca Madrid, caeríamos en un gran error si nos quedásemos con una cosa sola. Por qué renunciar a un Madrid de consumo, deporte, cultura, educación, diversión... No renunciemos a nada, segmentemos los mercados y ofrezcamos a cada uno lo que quiere (ejemplo educación para asiáticos y diversión para británicos).

Sin embargo, Loreto Ruiz de Alda (UPyD) sí que considera necesario que haya una imagen que nos identifique como Madrid. Tener un marca no significa renunciar la a diversidad. En un mundo de 140 caracteres en el que la imagen es absolutamente básica, disponer de una es importante. Necesitamos poner la imaginación al servicio del propósito.

- ***En relación a este aspecto, una persona del público reflexiona sobre la reputación de Madrid.***

Carlota Merchán apunta que Madrid se percibe hoy con cierta decadencia, sucia, apagada. Considera que es una ciudad segura y con una gran cantidad de recursos, y que quizás el turista eche de menos que se venda como un paquete.

Almudena Maíllo responde que el 90% de los turistas encuestados quiere volver a Madrid, y eso significa que no se está haciendo tan mal. Madrid es una ciudad muy viva y que está abierta a nuevos proyectos, a la inversión, a nuevos empleos, no tiene miedo a pensar en grande. Sí existen retos, especialmente relacionados con la lucha contra la estacionalidad.

- ***¿Qué opinión tienen los partidos sobre la implantación de una tasa turística?***

Jorge García (Ahora Madrid) reconoce que la tasa no está planteada en su programa electoral y ve reticente al sector. Sin embargo, se muestra abierto al debate, especialmente considerando que las tasas no son para recaudar, deberían ir vinculadas a la promoción, especialmente exterior.

IU afirma que sí ha lanzado esta propuesta: no podemos hacer lo que queremos para Madrid a base de recortes, como hemos vivido en los últimos años. Los recortes se han llevado la promoción por delante. Debemos hablar de cómo se va a invertir la tasa, en qué se va a gastar, cómo vamos a mejorar el servicio y la promoción. Si queremos mejorar la formación, la cualificación, atender

mejor, etc. debemos destinar más dinero. Si el turista ve el reflejo de esa tasa en los servicios que recibe, no tiene problema.

Por su parte, la representante del PSOE asegura: tenemos estudios hechos por el equipo de Hacienda sobre la repercusión, pero entendemos que debe hacerse con el convencimiento del sector, especialmente hotelero. No lo llevamos en el programa, pero la estamos estudiando. Sí necesitamos formas de financiación innovadoras, pero aquí no se puede andar con ocurrencias.

En la postura absolutamente opuesta se encuentran el resto de partidos: en el caso de UPYD afirman: no lo incluimos en el programa. Consideramos que ya pagamos demasiados impuestos. Debemos gestionar mejor los recursos públicos.

PP: debemos ver ejemplos en los que se ha aplicado, se ha retirado en varios mercados. Nosotros no lo queremos.

Ciudadanos: debate debe ir más allá, preguntarnos si los recursos y tasas que ya tenemos están focalizados hacia donde deben ir. Si la respuesta es que no hay suficientes, quizás deba plantearse, pero primero es saber si se están usando bien.

- ***Preguntados sobre la segmentación en el sector turístico, a qué mercados queremos llegar y cómo lo vamos a hacer, las opiniones de los partidos son:***

PP: vamos a reducir la presión fiscal y con ello trabajaremos junto al sector en la creación de nuevos productos. Debemos segmentar cada vez más y establecer distintas estrategias para distintos productos, siempre de la mano del sector. El objetivo final: llegar al turismo 3.0, al turista de experiencias y de las nuevas tecnologías.

Ciudadanos: es muy importante en este sentido actualizar la normativa y modernizarla, flexibilizar horarios y perseguir la competencia desleal.

Ahora Madrid por su parte señala que hay aspectos fijos que condicionan las políticas, como las tasas y el IVA, que no se pueden modificar desde el Ayuntamiento. Considera un error que en Madrid Destino trabajen solo 40 personas aproximadamente y que el Ayuntamiento haya perdido el 70% de su presupuesto en promoción desde que empezó la crisis. Introduce aspectos a tener en cuenta, como el e-commerce y la venta multicanal, que cambiarán –y en muchos casos se llevarán por delante- el comercio minorista de Madrid.

PSOE: no hay que cerrar la puerta a ningún tipo de turismo, pero sí hacer bandera de los distintos tipos de turismo. Es un hecho en Madrid que los grandes picos de turismo coinciden con eventos culturales, pero tenemos un reto muy importante: la fidelización. Otros aspectos importantes: luchar contra la competencia desleal, la flexibilización de horarios (teniendo muy en cuenta la conciliación de intereses de hosteleros y ciudadanos). Muy importante incardinar el turismo en el día a día de la ciudad. Y, por supuesto, favorecer la creación de empleo de calidad. En todo ello es importante una estabilidad institucional para evitar vaivenes.

UPYD. Considera fundamental para mejorar la colaboración público privada, especialmente en aspectos como la promoción exterior, donde solo las instituciones tienen poder y recursos para llegar. También señala al uso de las nuevas tecnologías, la incorporación de nuevos prescriptores como blogs, e insiste en la multicanalidad para llegar al potencial turista.

IU: Apuesta fundamental por el cultura como elemento turístico diferenciador y generador de producto por sí solo. También introduce el segmento del turismo gastronómico de calidad. Todo ello entronca con la profesionalización y la formación. Se debe ofrecer calidad en todos los servicios, y también mimar a todos los turistas.

- ***Un tema que preocupa al sector es la estacionalización, ¿qué propuestas tienen los candidatos para luchar contra ella?***

Eulalia Vaquero de IU: Programando actividades fuertes para meses flojos, como el mes de agosto, buscando más pernoctaciones a través de alargar las estancias, proporcionando más oferta de eventos u actividades.

Almudena Maíllo del PP: tenemos una propuesta de utilizar Madrid y su ubicación como punto de conexión de la red AVE para crear paquetes combinados con otros productos.

Sofía Miranda, de CIUDADANOS: uno de los problemas es la elevada proporción de turismo nacional que tenemos en Madrid. Ese turista en verano va a playa, y por ello tenemos que atraer a más turismo internacional.

Carlota Merchán del PSOE: una idea pasa por conversar con otras comunidades autónomas para fomentar el aumento de pernoctaciones a través de la búsqueda de sinergias, de alianzas, y convertirnos en agentes promotores de turismo en todo el estado, y no en competencia. Otra idea pasa por promocionar eventos diferentes en meses de poco turismo, prolongar obras de teatro y musicales, que no cierren en verano.

Jorge García, de Ahora Madrid: hay que promover eventos, si bien somos escépticos de los eventos promovidos desde el ámbito público, ya que está comprobado que los eventos que funcionan como el Orgullo Gay, festival de jazz de Vitoria o de cine de San Sebastián surgen y se consolidan porque logran fidelizar.

Loreto Ruiz de Alda, de UPYD: comparte la necesidad de crear eventos, pero va más allá, creando otros productos, como paquetes que combinen la ciudad con la sierra, el entorno urbano y el natural y crear paquetes de vacaciones.

- ***Otro aspecto controvertido es el de la cualificación y formación para la mejora del sector.***

Eulalia Vaquero apuesta por catálogo de cualificaciones profesionales para todo aquel que quiera formar parte del sector turístico. Un turismo de calidad merece unos profesionales de calidad, por eso apuesta por ser cuidadoso con los profesionales, por ejemplo, evitando el intrusismo.

Sofía Miranda, de Ciudadanos, apuesta por la formación de los políticos: nos falta conocimiento concreto del sector. Otro aspecto a destacar es la formación en idiomas, tanto de profesionales como de herramientas, como pueda ser la página la página web de turismo. Hay que facilitar las cosas a los visitantes.

Jorge García: Apostamos por una mayor profundidad de conocimientos. El Ayuntamiento de Madrid tiene varios instrumentos: la Agencia para el Empleo, que está desaprovechada, y Madrid Emprende, enfocada a emprendedores y consolidación de empresas. Creemos que se debe solucionar este problema estructural y organizativo, ya que hay confusión entre organismos y no logran sus objetivos de formación y empleo.

Loreto Ruiz de Alda: Escuelas y cursos existen, hace falta reciclaje continuo, innovación, no solo de los asistentes sino también de los profesores. Insistir en el bilingüismo, más idiomas y prácticas internacionales.

Carlota Merchán: Hay herramientas de formación pero hace falta vehicularlas e incorporar a otros agentes, como las instituciones, los sindicatos y el sector privado. Apostamos por una formación muy dirigida al empleo para mejorar la calidad. El sector no puede ser una vía de salida para gente en paro que no encuentra otra cosa. Una salida sería conectar la Agencia de Empleo con pequeñas empresas, start ups, apps de móviles, herramientas tecnológicas, viveros de empresas y todo lo que promocióne el emprendimiento. Aprovechar sectores profesionales vinculados al sector, como pueda ser el de los taxistas, que tienen contacto con turistas, deberían ser promotores del turismo también.

Almudena Maíllo. La apuesta por la profesionalización es importante tanto hacia el que gestiona la promoción como para todos los agentes que trabajan en él. Es necesario que sientan la importancia que su trabajo tiene para el desarrollo del turismo. Pero debemos preocuparnos por lo que pasa ahora y en el futuro y, en ese sentido, avanzar hacia el bilingüismo, también en la propia señalética de Madrid.

- ***Nos enfrentamos a nuevas situaciones que requieren de actuaciones en el sector, como puede ser el alquiler de casas vacacionales según el ejemplo de Airbnb, ¿cuál es su opinión? ¿Prohibir? ¿Regular?***

PSOE: no lo tenemos en el programa por ser una cuestión emergente. Muchas veces se presentan como iniciativa novedosa, muy horizontal, etc. Pero si detrás hay empresas y no particulares estaríamos hablando de competencia desleal a los hoteleros. Sí que hay que contemplar nuevas fórmulas innovadoras, pero cuidado con dar acceso a estas iniciativas. Abogamos por la necesidad de políticas sólidas y muy ancladas a la legalidad.

AHORA MADRID. Es un tema que genera un debate en sí: ¿cómo conjugar derecho individual de alquilar una casa particular con evitar el alojamiento ilegal y evasión de impuestos? A día de hoy no vemos la solución.

- ***En Madrid hemos asistido a una falta de entendimiento entre Ayuntamiento y Comunidad, aún siendo del mismo partido, y eso ha conllevado pérdida de calidad en acciones de promoción turística, ¿cómo se va a agilizar? ¿Y qué hay de la colaboración público-privada?***

Almudena Maíllo: hemos conseguido poner en marcha la Entidad Única de Promoción y queremos dotarla de agilidad y que sea duradera en el tiempo, porque el turismo requiere una planificación a largo plazo. Es indudable que debemos profesionalizar el sector, establecer estrategias como el sector e ir de la mano.

Loreto Ruiz de Alda: Consideramos que es necesario un cambio de mentalidad, interiorizar la necesidad de vender. Y no solo por legislatura. Los sectores económicos van mucho más allá de los cuatro años que dura una legislatura.

- ***¿Y qué opináis del turismo del entorno, el turismo de naturaleza y que se mueve fuera de la ciudad?***

IU: nosotros llevamos en el programa el turismo medioambiental, que consideramos muy atractivo para atraer a ciertos sectores. Proponemos elaborar un buen catálogo de los recursos naturales, las actividades, etcétera, y sobre ello, hacer una buena distribución y promoción.

PP: la declaración de Guadarrama como Parque Nacional, que pone el foco en estos recursos, ha sido un momento clave para dinamizar el turismo medioambiental.