

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Gracias, señorías, buenas tardes. *[Se inicia la sesión a las dieciséis horas y treinta y cuatro minutos.]*

Bienvenida, directora general de Turismo.

Ya conoce usted, se lo recuerdo que empezamos con su comparecencia, porque, obviamente pasamos del turno, del orden del día. Tiene usted diez minutos y es la relativa al diseño del plan de promoción turística, a instancias del muy insigne Grupo Parlamentario Popular. Tiene usted la palabra.

La señora directora general de Turismo (ROMERO FUERTES): Muchas gracias.

Buenas tardes a todos.

Desde la Dirección General de Turismo tenemos la responsabilidad de coordinar, ejecutar y crear políticas para fomentar la competitividad del sector turístico. Para ello es importante que los diferentes actores tengan la capacidad de colaborar coordinadamente para hacer una buena planificación. En el mes de enero se reunió por primera vez el Consejo de Turismo de Aragón. En esta legislatura, aunque de forma sectorial, ya nos hemos reunido con los principales sectores turísticos de Aragón.

La primera propuesta que se ha puesto en la mesa y sobre la que se está trabajando es la creación de un plan estratégico de turismo para el período 2016-2020. En el primer, (...) en que, en un principio, la promoción, la búsqueda de nuevos productos especializados y la participación del sector en la elaboración de estas líneas estratégicas es fundamental. Apostamos por una marca única de Aragón como destino turístico, la microsegmentación para ofrecer un producto especializado que nos diferencie, que es la calidad en el sector a través de los, de la mejora de infraestructuras, el aumento de las inspecciones y la formación.

Nuestra apuesta es que Aragón sea un destino que se recuerde que genere sensaciones y experiencias. Un destino en el que perderse y en el que encontrarse. No es solo un eslogan, es una forma de entender el ocio y un turismo más humano que conecte muy bien con la demanda de una oferta turística en la que se ofrezca para poder vivir experiencias en un entorno cuidado y que genere buenas sensaciones. Tenemos el reto de aumentar las visitas, pero, además, que estas personas nos recomienden y que vuelvan.

La creación de un plan estratégico de turismo que ponemos en la mesa es más allá de un programa de promoción, que es la cuestión que se plantea aquí, la promoción se incluirá en este marco y demostraremos que nuestra apuesta es clara si tenemos en cuenta que precisamente en un

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

año en el que, en que se prima la inversión en materia social, el presupuesto para promoción turística se ha aumentado. Deja bien clara cuál es nuestra postura.

En materia de promoción turística se ha cerrado ya el calendario a la que se asistirán. Queremos asistir a doce ferias nacionales y a veinticuatro ferias internacionales. Entre las nacionales están las más importantes, sobre todo que tienen una conexión directa con la capital de Zaragoza y es importante la conexión con ella para también los, visitas, los turistas que nos visitan.

Por otra parte, haremos actos de promoción, cuatro o cinco a nivel nacional y cuatro o cinco a nivel internacional. También tenemos en cuenta que estos actos de promoción se pretenden organizar en ciudades con una comunicación directa, bien vía aérea o ferroviaria, lo que supone una comodidad para el potencial visitante de nuestra región. Hay previstas promociones en Valencia, Alicante, Sevilla, Bilbao, Madrid, a nivel nacional y a nivel internacional, como puede ser Milán, China, Bélgica, Holanda y el sur de Francia, por ser mercados estratégicos para la Comunidad Autónoma de Aragón.

Se realizarán también viajes de familiarización para periodistas y para agentes del sector turístico. Se continúa con la acción conjunta con las oficinas de turismo en el exterior para promocionar Aragón. Hemos vinculado la promoción turística también al cine, con el objetivo de que Aragón se convierta en un escenario para rodajes, por el dinero que genera y por las fronteras que atraviesa a través del cine.

Por último, recordar que más del 89% de las actividades turísticas se contratan por Internet, por lo que estamos vinculando nuestra inversión hacia los portales específicos para promocionar o para promociones *online*. Quiero aprovechar para hacerles partícipes del éxito del stand de Aragón este año en Fitur. Por primera vez se ha conseguido y se ha galardonado con el premio a uno de los mejores stand de las comunidades autónomas.

Pero, además, hemos mantenido más de cien reuniones con profesionales del sector y en la única, en la plaza pública del stand de Aragón se han mostrado más de cincuenta actividades de promoción que han mostrado productos nuevos turísticos como el turismo creativo, turismo de costumbres, deportivo, de nieve, gastronómico y muchos otros.

Sin duda alguna, la presencia de Aragón en Fitur este año ha sido todo un éxito, que ha contado además con la presencia de personas reconocidas en el mundo del cine, como puede ser Eduardo Noriega, Gabino Diego, Michelle Jenner... y en el mundo de la música, como el dúo Amaral, Carmen París y en otros ámbitos como el deportivo.

Vuelvo al global en el que se enmarca la estrategia de promoción. Las líneas de promoción de turismo las queremos cerrar desde la participación y para ello se ha constituido grupos de trabajo

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

temáticos con representantes del sector. Pero queremos trabajar no solo en el sector, que son piezas clave, sino también con las instituciones que tienen competencias en materia de turismo. En este sentido, la semana pasada se convocó por primera vez el Consejo Territorial de Turismo con las instituciones que cuentan con competencia en la materia. Dimos a conocer las líneas estratégicas de la dirección general.

El turismo en Aragón precisa de mayor coordinación, que es la queja más habitual desde el sector. Hay que optimizar cada euro que se invierte y para eso es necesario revisar y coordinar las apuestas y las acciones que se realizan. Hemos dejado claro, y así se verá en este plan estratégico, las apuestas por la marca única de Aragón. Aragón como destino turístico en general, de manera que el beneficio llegue a todas las comarcas.

En este consejo territorial dimos a conocer, además de los datos turísticos de este año, que, por cierto, 2015 ha sido un año estupendo en este sector y hemos superado récords históricos. Se ha superado la cifra de los tres millones de turistas que nos han visitado.

Se observan además dos tendencias claras, el aumento de las visitas del turismo rural y, sobre todo, el aumento de turista extranjero. En este sentido, estos indicadores marcarán las líneas de actuación. Es obvio que este mérito es consecuencia de un trabajo continuado que se está haciendo y se está haciendo bien. Un éxito compartido, gracias a la labor del sector turístico.

Somos conscientes de que innovando y que la innovación está en la línea donde podemos conseguir resultados muy buenos. Estamos trabajando en los valores generales que venderán Aragón como destino turístico.

Tenemos que partir de una realidad clara, el interés general por el turismo de la naturaleza, el veinte y... el 20% de las consultas que se realizan en las agencias turísticas, perdón, en las oficinas de turismo, es para conocer rutas “senderísticas”. La naturaleza es el valor que atrae y ello, debemos sumarle el resto de actividades que complementan esta oferta, como es la nieve, la gastronomía, el patrimonio, el deporte, la aventura, las recreaciones históricas, que cada vez que se consultan más rutas de pueblos con encanto, de patrimonio arquitectónico y es perfecto para trazar una estrategia turística que se desarrolle a lo largo de todo el territorio.

Una de las acciones más recientes en este sentido ha sido la creación de una web de senderos especializada, por cierto, que recopila todas las rutas de Aragón. Tenemos más de un millón y medio de senderistas aragoneses y tenemos que aprovecharlo. Es otro dato que nos marca la pauta a seguir.

Para concluir, se puede decir que las líneas generales del plan estratégico se están diseñando en base a la búsqueda de la excelencia, en el servicio en que se presta y con la microsegmentación y

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

búsqueda de productos emergentes. Generar, en definitiva, una oferta “desestacionalizadora”. Identificar, además, qué es lo que nos atrae y por qué, para poder mejorar los sistemas de gestión y la manera de presentar los productos.

El futuro del turismo es cambiante y hay que estar en constante innovación. Por eso este plan tendrá que tener mecanismos concretos para ir adaptándolos a los productos, lo que se denomina inteligencia predictiva.

Creemos que en materia turística tenemos un potencial de crecimiento que debemos aprovechar. Estamos trabajando...

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Le queda dos minutos.

La señora directora general de Turismo (ROMERO FUERTES): De forma colaborativa con el sector, porque nos parece fundamental escuchar a todos los actores que participan en la confección de este plan y afinando muy bien cada acción que se realizará. Hemos empezado enero con muy buenas noticias y estamos convencidos de que podemos cerrar un plan estratégico, cuidado, certero, para seguir un camino hacia adelante que sea productivo para lo que es el turismo en Aragón.

Gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Muchísimas gracias por, doña María Luisa Romero, por haberse adaptado al tiempo.

En consecuencia, entiendo que los señores portavoces vienen preparados y pasamos, por tanto, a sus intervenciones. El Grupo Parlamentario Popular, habida cuenta de que fue quien solicitó, deduzco que el señor Oliván... ocho minutos.

El señor diputado OLIVÁN BELLOSTA: Deduce bien, presidente.

Bienvenida, directora general a ésta, su casa, para atender una petición de comparecencia sobre planificación turística.

Le tengo que decir de antemano que pensábamos, que creo que no soy el único, que el plan al que ha aludido en varias ocasiones estaba bastante más adelantado por lo menos eran las noticias que teníamos recientemente. Estoy hablando del viernes pasado. También quiero recordar que fue en octubre cuando usted asistió por primera vez a esta comisión, cuando ya anunció que se estaba empezando a trabajar en este plan. Han pasado ya cuatro meses y entendíamos que un poquito más

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

adelantado tenía que estar. Pero no pasa nada y cuando lo tenga terminado nos lo dice y le invitaremos, creo que todos conjuntamente, a que nos lo explique.

Hay una cuestión previa que creo que es importante y al hilo de lo que usted ha dicho, cuando hablamos de planificación en turismo, y usted lo ha comentado a nivel general, no se trata de romper, de romper con lo que se está haciendo. Al revés, se trata de continuar, de perseverar y de mejorar y entiendo que el plan que están elaborando va en esa línea, al margen de que se llame de manera diferente y que esté hecho por diferentes personas por lo que respecta a la Administración, pero no por lo que respecta a los agentes económicos y sociales, que son exactamente los mismos que hace cuatro años.

Y esto es importante porque no hay nada peor que romper con una forma de trabajar, con una filosofía, con una programación global que llevaba implementando el Gobierno de Aragón desde hace muchos años y que está dando poquito a poco resultados cómo, de hecho, demuestra la cifra de tres millones de visitantes en el año 2015, que es una cifra de la que todos los que estamos aquí nos tememos que alegrar.

Usted ha apuntado la importancia que tiene el turismo para Aragón. Ha apuntado la importancia que tienen los recursos naturales y patrimoniales para Aragón. Ya comenté en una ocasión y creo que es una cuestión también compartida, que hay que analizar cuál de estos recursos son de verdad recursos turísticos. Porque todos, por desgracia, todavía no lo son por su accesibilidad y porque no permiten la conversión del ocio en actividad económica, y eso hay que trabajarlo poquito a poco.

Hay que tener en cuenta en cualquier planificación los cambios de hábitos de los ciudadanos que son permanentes. Ahí están las nuevas tecnologías, las estancias cada vez más cortas, las estancias cada vez que buscan más la experiencia y la singularidad, la mayor valoración de estas dos cuestiones por parte de los que nos visitan y, por supuesto, las mayores exigencias en términos de calidad de quienes nos visitan y de nosotros mismos cuando hacemos turismo.

Hay que tener en cuenta también esa competencia global que ya es un hecho. No competimos con regiones españolas con un mismo potencial turístico, sino con todo lo que supone la oferta turística mundial, y eso hay que tenerlo en cuenta de cara a la promoción, y además de estos factores que hay que conjugar para analizar bien cuál debe ser la estrategia a nivel global y de promoción, hay unos principios que usted ha apuntado y que creo que son importante mantener.

Por una parte, la cuestión referente a la imagen de marca, a esa marca única que hay que seguir trabajando para posicionarla. Esa apuesta por una “paquetización” de la oferta que tenga en cuenta esas exigencias de la demanda en términos de estancia, en términos de calidad, en términos

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

de experiencia. No olvidar el turismo inter, intra regional, ni el de comunidades autónomas próximas y, por supuesto, aprovechar aquellos recursos que tienen valor turístico ya, pero también aquellos que todavía no lo tienen y que con un trabajo en pro de su accesibilidad y de su conversión en recurso turístico, además del potencial tienen que ser un recurso turístico real.

Y, por supuesto, trabajar en la fidelización, en una promoción basada en la segmentación, teniendo en cuenta al público a quien se dirige y a los canales de comunicación, el seguimiento de las acciones de promoción, una cuestión clave y por la que pregunté el otro día al consejero, y en aras a optimizar los recursos, apostar por una imagen, por un mensaje, que evite la dispersión de estos mensajes. Usted lo ha comentado y es un tema con el que estamos de acuerdo.

Y, por supuesto, tener en cuenta todos aquellos elementos en los que se basa el ciudadano, en que se basa el visitante, para decidir a dónde dirige sus miras, para determinar dónde va a ir de vacaciones y ahí hay que tener en cuenta, usted ha apuntado lo referente a lo que se pregunta en las oficinas de información.

Pero hay que tener en cuenta que un 35% de las decisiones para visitar un destino tienen que ver con la opinión de amigos y familiares, un 30% con lo que cada uno buscamos en Internet, un 20% aproximadamente con información de agencia de viajes virtuales o *online*, un 15% agencia de viaje físicas y un **¿3%?** en artículos de revistas, especializadas fundamentalmente. Son temas que hay que tener en cuenta para organizar debidamente la promoción.

Y, por supuesto, las tendencias del turismo a medio-corto plazo que están basadas en que cada vez se valoran más las experiencias y la singularidad de lo que se pretende ver, y ahí es donde hay que poner el acento. Entendemos que la estrategia de turismo de la comunidad autónoma, igual que se venía haciendo estos últimos años, no solamente los últimos cuatros, sino también anteriormente, tiene que permitir, primero, identificar aquellos elementos que nos diferencian, que nos dan un valor singular respecto a otras comunidades de nuestro entorno y a otros destinos turísticos.

Ahí hay un trabajo que se ha empezado a hacer, que hay continuar haciendo para elegir, determinar, esos elementos turísticos y ponerlos en valor. Es lo que nos diferencia y aquello que va a llamar la atención a aquellos que no nos conocen y que a partir de esa singularidad pueden decidir visitar Aragón.

Pero hay un pero, hay un pero importante y ya le digo que no es culpa suya ni tampoco de consejero. Porque me imagino que el consejero hubiera querido tener un presupuesto y usted también, un poquito más boyante que el que tiene. Pero cuando hablamos de promoción, hablamos de estrategia de promoción, hablamos de Fitur, hablamos del plan de (...).

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Dos minutos.

El señor diputado OLIVÁN BELLOSTA: Y seis vemos el presupuesto -treinta segundos- con un 9,3% menos de presupuesto global, con un 19% menos de transferencias a administraciones, empresas y entidades para dinamizar el turismo y un 15% menos de recursos para el turismo de Aragón, pues están muy bien las palabras, pero las herramientas van a ser menos y habrá que aprovechar esos menos recursos de una manera más óptima, acentuando la labor de coordinación para que den esos frutos.

Muchas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Gracias por la acomodación al tiempo.

Tiene la palabra el resto de los grupos parlamentarios, empezando por el Grupo Parlamentario Mixto, don Gregorio Bric, a cinco minutos, gracias.

El señor diputado BRIZ SÁNCHEZ: Gracias, señor presidente.

Buenas tardes, señorías.

Bienvenida, señora directora general de Turismo.

Bien, yo quiero poner de relieve que, efectivamente, lo que usted ha hecho, pues es una, adelanto de lo que va a ser ese plan, no de promoción, como se puede entender, sino un plan estratégico de turismo, cosa que nosotros hemos reivindicado durante mucho tiempo en legislaturas anteriores, donde planificar las actividades políticas y de ejecución de planteamientos políticos.

Yo creo que el señor Oliván lo ha dicho bien claro y le ha dado un mensaje, que yo creo que coincide mucho con lo que usted ha dicho, excepto algún matiz final. No cabía duda de que el tema presupuestario saldría a la luz, sin duda. Pero yo creo que ha dicho una cosa que es no romper lo que funciona bien. Yo creo que fundamentalmente es lo que se trata de hacer, y continuar con esa política que nos permita ser competitivos, y además usted lo ha dicho, con un elemento básico y fundamental que es la colaboración, la colaboración con los sectores económicos y sociales que desarrollan el turismo en Aragón.

Yo creo que es verdad que hay un funcionamiento positivo, tres millones de turistas en Aragón, en el país de Aragón, durante este último año, indica que las cosas van por el camino adecuado. Por lo tanto, es verdad que hay que continuar en esa línea y crear un plan que, fundamentalmente y desde mi punto de vista es esencial, cree una marca Aragón, una marca

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Aragón desde el punto de vista turístico, y que efectivamente se señale clarísimamente cuáles son los elementos turísticos más relevantes en Aragón, que nos singularice del resto de los destinos competitivos.

Yo creo que Aragón tiene un turismo interior muy potencial y en algunos casos muy desarrollado, sin olvidar, porque alguien puede pensar, de la nieve no hablan, también, incluso de otros turismos que también existen en Aragón, desde el punto de vista de la naturaleza, gastronómico, etcétera, etcétera.

Por lo tanto, yo creo que en esa línea estamos de acuerdo y que, lógicamente, lo que se busca muchas veces, desde el turista que llega es el destino de la experiencia, como ha dicho el señor Oliván, de la calidad, en definitiva, y estamos en un mundo muy competitivo y muy globalizado.

Por lo tanto, hay que saber, perdón, en este plan, qué es lo que interesa, lógicamente a los turistas que nos visitan. Un turismo que se está diversificando cada vez más, que es un turismo extranjero, que pasa, veremos qué pasa con la recesión, desde el chino al coreano, pasando por el ruso aun con la devaluación del rublo, etcétera, etcétera.

Pero que, en definitiva, tenemos un potencial muy importante desde todos los puntos de vista, desde el turismo interior. **¿Por lo tanto?** yo creo que es fundamental y que la promoción, yo creo que, aunque el señor Oliván dice que no hay dinero suficiente, yo creo que se ha hecho un esfuerzo en la promoción del turismo en este año.

También es cierto que ha habido que sacrificar algunas cuestiones por prioridades de carácter social en este presupuesto y es evidente que Turismo, también ha tenido esa consecuencia y, por lo tanto, yo creo que con los recursos que tenemos y no quiero nombrar lo que decía el gobierno anterior, se decía, hacer más con menos, yo no creo en este caso... hay que intentar la promoción por encima de todo, seguir desarrollando.

Yo creo que el objetivo de este plan sin duda será aumentar los ingresos por Turismo, que estos tres millones de visitantes nos sigan visitando y se aumente y que se vaya a esa singularización y a esa marca de Aragón que nos dé un turismo de excelencia, que sea un turismo de calidad. Porque yo creo que esto es fundamental para que, si tenemos calidad y tenemos diversificación, pueda haber un turismo más variado.

Y yo creo que ha dicho una cosa que es interesante también, la singularización pasa por no caer en los turismos cotidianos, que sería el turismo de la nieve, o entre otros, o el tema, pues que puede ser más manido, el senderismo, la montaña, que son importantes, pero que tenemos otras posibilidades, como, por ejemplo, se dijo mucho tiempo durante la legislatura pasada.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Un minuto.

El señor diputado BRIZ SÁNCHEZ: Termino, señor presidente.

Lo que sería un plató de cine. Es que Aragón podría ser perfectamente lo de, que se llamaba la posibilidad de explotar ese ese terreno, por no decir, desde el punto de vista patrimonial-histórico o gastronómico, con rutas de enoturismo, etcétera, etcétera.

Por lo tanto, que haya, pues efectivamente, productos emergentes que puedan permitir que no sea solamente un turismo de invierno con la nieve o un turismo de verano con el senderismo, sino que haya posibilidad de que esto ocurra.

Y yo estoy seguro de que la promoción, como usted bien ha dicho, se está desarrollando en muchas ciudades. Fitur ha sido un ejemplo más de lo que se está haciendo y de lo que se desarrolla. También la promoción a través, lógicamente, de las páginas web y todos los periodistas especializados que vienen que se pueden, digamos, hacer una composición de lugar de lo que estamos ofreciendo en Aragón y que, por lo tanto, el camino es ese.

Termino. Efectivamente, yo espero que este plan, señora directora general, sea un plan que apueste por el producto excelente, que cuente con la posición colaborativa de los sectores sociales y económicos, que identifique cuáles son realmente nuestros productos turísticos por excelencia y que puedan comprarnos el visitante que venga aquí y esa estrategia de promoción se vea fundamentada y preparemos, lo que podían ser amenazas para el propio turismo, que sean oportunidades.

En todo caso, yo siempre diré una cosa y es verdad, que el dinero tiene que ser para buscar la eficacia y la eficiencia, mejores recursos, mejor bienestar en Aragón y que por lo, que yo espero es que sea un plan, y así creo que lo será, real para el turismo de Aragón.

Por lo tanto, señora directora general, desde este grupo que le habla tiene nuestro apoyo en este desarrollo del plan, cuando venga a explicarlo con más detalle.

Muchas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Muchas gracias.

Por el Grupo Parlamentario Ciudadanos, don Jesús Esteban Sansó, cinco minutos.

El señor diputado SANSÓ OLMOS: Sí, gracias.

Buenas tardes, señora directora general.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Señorías.

Nos han explicado, nos ha explicado usted muy bien las líneas y objetivos fundamentales del siguiente plan de promoción turística. Se lo agradecemos. Ha hablado usted de especialización, de calidad, de inspecciones, de formación y especial hincapié ha hecho sobre la promoción turística.

Antes de hablar del próximo plan de promoción turística, pues nos hemos estudiado el anterior, el de 2012-2015. Hemos visto básicamente los capítulos de demanda, oferta, análisis DAFO, perfil del turista y, sobre todo, los dos últimos puntos, objetivos y estrategias y medidas a implantar. Ahí centraría mis observaciones. Antes de plantearnos cuáles van a ser las líneas y objetivos, me gustaría, nos gustaría, que empezáramos por el análisis de los resultados de los objetivos y medidas planteadas hasta ahora.

Creo que son ocho objetivos los que definían y tres o cuatro estrategias por cada uno de los anteriores, multitud de medidas y bueno, pues todos sabemos los números gordos de, del sector, el 10% del PIB, dos millones en el anterior plan de Aragón, tres millones ahora, de visitantes.

Y simplemente eso, le pedimos, como ya han insinuado nuestros compañeros del Partido Popular, plazos, cuando calculan ustedes que puede presentar ya el nuevo, el borrador del nuevo plan y sobre todo la definición, comentábamos la, el intento de “objetivizar” esos resultados a través de la definición de indicadores, de objetivos a través de mediciones y, como digo, la cuantificación de esos resultados.

Tan pronto lo tengamos, pues lo valoraremos y nos tienen a su disposición.

Muchísimas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Agradecido, señor portavoz.

En consecuencia, pasamos al Grupo Parlamentario Aragonés, doña Berta Zapater.

La señora diputada ZAPATER VERA: Gracias, presidente.

Bienvenida, señora directora, a ésta, su comisión.

Cuando íbamos preparando la intervención, la reciente noticia, ¿no?, que Aragón había superado en 2015 las previsiones de los tres millones. O sea, los tres millones de visitantes, pues realmente como directora, entiendo que se sienta orgullosa, ¿no? El propio consejero hablaba de espectaculares, ¿no? Estaba, pues lógicamente, pues cuando hay resultados tan positivos es normal que... yo además le digo en varias ocasiones al consejero en alguna comisión que Turismo la

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

plantea como una asignatura maría, ¿no? Entonces, para usted, que es la directora, pues entiendo que esos resultados, pues le vayan bien.

Repasando el plan del 2012-2015, yo creo que nos, no sé, ¿eh?, si han planteado una evaluación sobre el plan. Pero yo creo que es un plan que no se ha agotado. Quiero decir, que es un plan del que se pueden recuperar muchísimas, muchísimos objetivos. Porque realmente, pues bueno, un plan a tres años con lo ambicioso que fue en su día. Yo creo que realmente permitirá reutilizar mucho de ese plan, ¿no?

A mí sí que me gustaría, bueno, pues eso, también un poco, pues como alguno de los, del resto de los grupos, que creíamos que ya íbamos a ver algo un poco más tangible y nos hemos quedado un poco así como a medio gas, ¿no? Porque ya hablé en, el 28 de octubre, ya estuvo diciendo en prensa que este plan que se iba a elaborar y demás y pues bueno, estamos en febrero y nos hemos quedado un poco, pues eso, con esa sensación de que todavía está muy verde, ¿no? Que sí que ha habido alguna reunión, pero que entendemos que de momento no hay nada nuevo, que no quiere decir que su dirección general, no se esté trabajando.

Un presupuesto muy ajustado y, sin embargo, usted ha nombrado las doce ferias nacionales y las veinticuatro internacionales. Yo simplemente quería preguntarle si van a, si son las mismas que han sido en el 2015 o se plantean, porque el número es el mismo, el número de ferias nacionales e internacionales que va a ir este año la dirección general son las mismas en cuanto a cantidad y quería saber si alguna la habían modificado o seguían las mismas.

Como han dicho el resto de mis compañeros, pues bueno, todos sabemos y tenemos muy claro que el turismo en Aragón no es una asignatura maría, aunque el presupuesto no le permita hacer que, desde luego hay que hacer una apuesta firme y decidida por este tema, porque, bueno, pues todos sabemos la repercusión que concretamente tiene en Aragón.

Sí que he echado de menos, pues, bueno, como suele ser habitual en turismo, que hable de, cómo se hablaba en el plan anterior, de lo que eran proyectos estratégicos que inevitablemente, pues sobre todo, traen mucho turista internacional o que hay que proyectar en lo internacional, como es la nieve, como son proyectos como MotorLand, que realmente, pues es un turismo que sabemos que trae muchísimo turista internacional y queremos saber un poco cómo lo quiere plantear.

Y luego sí que le quería preguntar si han iniciado, se lo pregunté recientemente al consejero en una pregunta escrita que todavía no le ha dado, no ha dado tiempo a contestarme, si han planteado líneas aéreas internacionales con el Aeropuerto de Zaragoza. Yo sé que a lo mejor no es directamente, pero, bueno, yo creo que de cara al turismo el abrir nuevas vías de comunicación con

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

el Aeropuerto de Zaragoza, de cara al turismo facilitaría mucho, pues bueno, que el turista internacional, pues pudiera venir.

Nada más y muchas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Muchas gracias.

Pasamos, en consecuencia, a Podemos Aragón, doña Violeta Barba.

La señora diputada BARBA BORDERÍAS: Gracias, señor presidente.

Muy buenas tardes, directora general.

Buenas tardes, señorías.

Creo que es algo en lo que todos podemos, todos y todas podemos estar de acuerdo, las líneas generales que ha presentado la dirección general, que presentó en su anterior comparecencia y que ahora, en cierto modo, vuelve a repetir aquí. La totalidad de los diputados y diputadas, yo creo que las podemos compartir.

Sí que también decir que esperábamos que mencionara que se estaba realizando algún tipo de evaluación con respecto al plan anterior. Porque de cara a poder presentar un plan nuevo, bien se vayan a mantener ciertas líneas generales o bien se vayan a poner en valor diferencias, que entendamos que su dirección general, entendamos que la nueva consejería, pueda hacer valer, sí que nos gustaría que fuera en base a una evaluación de la utilidad o no del plan anterior.

Coincidimos con doña Berta Zapater en que existen líneas que pueden rescatarse. Pero también es cierto que esas pequeñas diferencias que parece ser que se quieren poner en valor, como es el acudir a ferias especializadas, esa, ese turismo de calidad, pero también de una mayor cualificación, es algo que desde el Grupo Parlamentario de Podemos Aragón compartimos, pero que nos gustaría que estuviera basado y que estuviera argumentado desde la consejería y desde la dirección general, en datos específicos de utilidad.

En la anterior comparecencia, la cual he rememorado para preparar esta intervención, nos planteaba y nos mencionaba dos cuestiones que a este grupo parlamentario nos resultaban especialmente interesantes para el desarrollo del nuevo plan, como podían ser la participación y la reorientación de políticas para buscar nichos de mercado más innovadores y audaces. Además, esta expresión es algo que le he podido escuchar en diferentes intervenciones y que lo cierto es que compartimos.

Por eso, una de las preguntas que sí que le quería hacer, ya que parece ser que el plan todavía no está terminado, algo que sí que queremos, en cierto modo reprocharle, permítame la

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

expresión, es cómo se está articulando esta participación, esta participación para la elaboración del nuevo plan. Si se están manteniendo reuniones con la sociedad civil, reuniones con empresarios.

Porque algo que desde este grupo parlamentario intentamos poner en valor en la totalidad de las líneas políticas que podemos defender es que no se puede acudir solamente a los poderes económicos habituales, sino que el cambio de las políticas turísticas, en este caso, de los que usted habla habitualmente, implica esa reorientación de las políticas turísticas, implica reunirse con gente nueva.

Implica reunirse con la sociedad civil, implica reunirse con los diferentes *clusters*, que tanto le gusta la palabra al Grupo Parlamentario de Ciudadanos, turísticos y también con la, con las personas y con los núcleos que están especializados en turismo en los diferentes núcleos urbanos y en las diferentes zonas de Aragón.

Para que ese conocimiento colectivo se pueda poner en valor a la hora de desarrollar nuevas ideas y nuevas políticas turísticas que puedan ser de utilidad para todo el territorio. Si no, corremos el riesgo de seguir ahondando en aquellas cuestiones que podían parecer muy interesantes económicamente, pero que luego se han demostrado o bien que no lo son tanto o bien que medioambientalmente no son sostenibles.

Algo a lo que también hacemos mención y que usted también ha mencionado que entendemos que se recogerá en el plan, es el tema de desestacionalización de turismo, tan importante para evitar el riesgo económico que supone la dependencia de determinadas zonas del Alto Aragón. Con esto me estoy refiriendo específicamente a la nieve, la cual consideramos que es sector estratégico, pero también que hay que profundizar en nuevas políticas turísticas. De hecho, creo que tenemos una, solicitada una comparecencia también suya que sustanciaremos, imagino, en otra comisión para hablar específicamente de este tema.

Nos alegramos del mantenimiento de la idea de la marca única de Aragón. Esperamos que se acabe de desarrollar pronto, que la tengamos implantadas y de las nuevas actividades que se está, sobre las que se está llamando la atención, las cuales son además actividades naturales, puesto que los datos de los últimos estudios es que se nos entiende como una zona de especial recepción de este tipo de turismo. Con ello nos referimos a la nueva página web de senderos de Aragón, a la potenciación de la Federación Aragonesa de Montaña, al turismo de ornitología o a Aragón como plató de cine que parece que se menciona mucho últimamente.

No obstante, sí que nos gustaría llamar la atención, que puede sonar un poco importante, pero lo cierto es que preferimos poner la atención antes de que sea demasiado tarde, sobre el riesgo del nuevo turismo de fiesta, que parece que se está potenciando que se está...

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): (...) usted, señora Violeta Barba.

La señora diputada BARBA BORDERÍAS: Gracias, señor presidente, voy terminando.

Que se está poniendo en valor en ciertas zonas del territorio. Una cosa es la promoción de las fiestas patronales y ese boca a boca tan importante que a veces mencionamos y otra cosa es que, el riesgo de convertir determinadas zonas, como puede ser, por ejemplo, Formigal, sobre todo cuando va de la mano de empresas públicas o bien de empresas con participación pública, en zonas especialmente dirigidas a este tipo de turismo.

Tenemos el ejemplo de Magaluf, no queremos que ninguna zona de nuestro territorio se convierta en eso. Por eso le pedimos que, de cara a la elaboración del nuevo plan, ponga usted las barreras suficientes para evitar que esto, que parece ser que empieza a ser una realidad hoy y empieza a llamarse la atención sobre ciertos sectores de la sociedad civil de la zona. Por favor, no se convierta en una realidad permanente en el territorio de Aragón.

Gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Grupo Socialista, don Fernando Sabés.

El señor diputado SABÉS TURMO: Buenas tardes.

Bienvenida a su comisión, directora general.

Yo creo que hay que partir de la base de que el plan que nos plantea y sobre el que se está trabajando, no tiene nada que ver con un plan de promoción o un plan de comunicación o un plan de venta, sino que es un plan estratégico como su nombre indica y un plan de cómo entendemos o cómo deberíamos entender entre todos el turismo en nuestra comunidad autónoma.

Y cuando hablo de entre todos y usted lo ha apuntado, básicamente con un elemento que es la participación de los afectados, de las empresas, de las administraciones públicas, de colectivos afectados en este, por este plan y por el turismo en Aragón.

Y, por tanto, lo que difícilmente puede entender alguien, que en seis meses desde su nombramiento podamos tener ya un plan encima de la mesa, cuando estamos hablando de que evidentemente se tiene que fomentar y se tiene que instigar, en este caso la participación de todos los colectivos afectados. Por otra cosa fundamental, y es que esa participación seguro que nos ayudará a mejorar el plan. Y cuando hablo de participación también lo entiendo en esta casa, en las

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Cortes de Aragón, como ya pasó en el anterior plan, que fue ratificado por todos los grupos políticos de forma unánime.

Usted lo ha dicho, el plan no debe ser nuevo, no debe ser totalmente diferente al anterior, sino tiene que ser una continuidad con aspectos mejores y peores, con aspectos en los que se valore lo que ha funcionado bien y aspectos que se dejen atrás y que se introduzcan otros que se consideren, en este caso más prioritarios. Pero al final yo creo que debe ir en una línea y en una línea de ese turismo de calidad que ayude a fomentar, a aumentar, los ingresos en materia turística en nuestra comunidad autónoma, que genere actividad económica, que genere empleo, empleo de calidad, que es uno de los aspectos que a todos nos preocupa.

Y, evidentemente las cifras que dio a conocer hace unos días el consejero Soro, creo que a todos, independientemente de la formación política que representamos, pues nos satisface que incrementemos el número de visitantes hasta tres millones, que los datos del PIB, pues al, sea alrededor del 10% lo que represente el turismo y sobre todo que vamos incrementando año tras año el número de visitantes.

Pero, claro, en ese plan creo que debemos plantear aspectos como que queremos un turismo que sea excelente, que sea excelente y que nos permita ese, esa calidad que le decía anteriormente, que nos permita buscar nichos de mercado muy concretos. Porque muchas veces, en estos momentos, intentar captar un público muy generalista es muy complicado, sobre todo por la competencia que existe, en este caso.

Que segmentemos, que micro segmentemos, usted lo decía, que haya, que busquemos esos nichos de mercado, como le apuntaba, ¿no? Pero también que pensemos en ese plan no solo en esas zonas que tradicionalmente han sido turísticas, que yo creo que es importante y que hay que trabajar, no únicamente las que tengan vías de comunicación directas, como usted apuntaba, sino otras en las que tendremos que ver cómo dinamizar también desde el punto de vista de las comunicaciones para poder favorecer.

Le decía también en zonas donde probablemente en las últimas décadas y no estoy en este caso echando reproches a ninguno de los gobiernos de las últimas décadas, sino que simplemente el desarrollo en ese, a aspecto turístico, pues no ha sido valorado o no ha sido primado. Pero que sí que es una actividad que puede complementar la economía local y que nos puede garantizar, por supuesto, la, el asentamiento poblacional, que creo que es uno de los aspectos fundamentales.

Cuando, alguien hablaba de asignatura maría. No, no, es que no debe ser una asignatura maría. Creo que aquí todos coincidimos. Todo lo contrario, es un elemento fundamental, el turismo de, para la vertebración del territorio y de hecho está claramente en esta consejería.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Sí le pido que sea un plan consensuado. Consensuado por todos, en el que participemos todos, en el que nos impliquemos, en el que los diferentes puntos de vista que los tenemos como grupos de las, en las Cortes de Aragón lo pongamos encima de la mesa y busquemos ese consenso que es fundamental.

Que lo decía, creo que la diputada de Podemos, luchar contra la desestacionalización, fundamental. Vinculado a la nieve, pero también a otros sectores.

Y para concluir, no nos olvidemos que al final el turismo son sensaciones y que en estos momentos muchos turistas están buscando unas sensaciones diferentes. Por tanto, trabajemos en eso sensaciones que podamos aportar desde Aragón.

Muchísimas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Gracias.

Perdone usted. Señora directora general, soy yo el que le tengo que dar la palabra. Bien, no, le quería instruir en el sentido de que, como hay muchas comparecencias pendientes suya y hoy tiene otra más, se acomode al tiempo, por favor, que son diez minutos.

Tiene usted la palabra.

La señora directora general de Turismo (ROMERO FUERTES): Disculpe, señor presidente. Gracias por informarme cómo van los tiempos.

Y voy a contestar. Creo que la primera vez que comparecí en esta comisión, lo primero que dije que yo no iba a echar por tierra el trabajo realizado hasta ahora, porque no sería, ni es mi estilo ni creo que sería justo. Yo reconozco que ha habido un trabajo de mucho tiempo, un buen trabajo, aparte de cómo políticamente que se ha realizado, además, porque tenemos un equipo estupendo que está dentro de la dirección general y el turismo de Aragón, que son excelentes.

Independientemente de eso, yo creo que como todo el mundo cuando llega por primera vez a un sitio de, a un nuevo trabajo, yo cuando llegué y tomé el frente, la posesión de mi cargo, lo primero que hice es reunirme con todo el equipo y empezar a conocer cómo era y cómo se funcionaba dentro de la dirección general.

Y entre tantas cosas que he ido aprendiendo de cómo es el funcionamiento interno, me dijeron que siempre el plan de promoción, que ha sido hasta ahora, durante todas las legislaturas se ha presentado en la comisión pertinente durante el segundo semestre de cuando ha empezado la legislatura. Entonces me dijeron, todos los jefes de servicio, que son unos jefes y aprovecho para

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

decir que son muy competentes, me dijeron que siempre se ha desarrollado así. Con lo cual yo he tenido la tranquilidad de que estoy dentro del tiempo que se ha ejecutado hasta ahora.

Independientemente de eso, por supuesto, hay que llevar unos tiempos y yo cuando me he reunido, porque hemos tenido ya varias reuniones, lo primero que hemos hecho ha sido analizar el plan de promoción 2012-2015, en el cual hemos visto que había muchas cosas positivas y las cosas que verdaderamente hemos considerado que había que cambiarlas.

Y hemos visto entre ellos, pues que hay debilidades, qué debilidades presentaba ese plan, qué amenazas, qué fortalezas y las oportunidades que podía plantearnos para formar este nuevo plan que verdaderamente ya no es solamente promoción, sino que abarca todo lo que es infraestructuras, todo lo que es ordenación, para que sea un plan integral.

Además de eso me tiene que explicar, diputada Zapater, lo que significa maruja, porque no lo sé aún *[La diputada Zapater Vera:]* o maría, porque no lo sé aún. Yo sí que puedo decir que tengo muchos defectos y muchas virtudes y creo que es una virtud que tengo, ser ama de casa, ser directora general y muchas otras virtudes que seguramente comparto con usted y con muchas mujeres. Y creo que el consejero de Vertebración del Territorio nos tiene a todas en consideración y espero y estoy segura que, no creo que considerara nunca el turismo como un departamento maruja, o maría.

Y por eso mismo cuando hemos hecho, y con la dificultad que tenemos en estos momentos, que tenemos un déficit alto y que tenemos que tener, poco a poco que ir pagándolo, el consejero, cuando dio las partidas presupuestarias para las diferentes direcciones generales, intentó que fuera de las pocas perjudicadas y que, además, dentro de ello, hemos dado un especial interés y consideración a lo que es la promoción.

Porque sabemos que es importantísimo para poder enseñar la oferta turística que tenemos en Aragón, además de que sabemos la importancia que tiene, tanto el sector empresarial como las asociaciones y hemos dejado las mismas cantidades que había con un esfuerzo que ha repercutido a lo mejor en otros servicios.

Independientemente a eso, pensamos que lo más importante es el posicionamiento de una marca y que solo es posible cuando el producto es excelente. Vamos a trabajar en la excelencia, en los factores que nos diferencien, que seamos diferenciales. En el sentido de que se satisfaga al segmento al que va dirigido. Para ello uno de nuestros objetivos con estas medidas es que los agentes turísticos de los destinos se **¿conciencien?** y se formen en mejorar su producto hasta hacerlo excelente, por sus compradores.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Desde luego, cuando se entra en una dirección general o en cualquier otra estructura, tenemos que mirar los tiempos. Porque, por ejemplo, el Consejo de Turismo estaba sin constituir. No es fácil iniciar ese proceso. Ya hemos iniciado el Pleno, constituido por cincuenta miembros. Es un órgano colegiado que es muy importante poder, para poderlo utilizar para saber qué inquietudes y para poder desarrollar las políticas que vamos a hacer a lo largo de la legislatura.

Además de eso hemos creído muy importante, porque era una demanda del sector y creíamos que era fundamental, coordinarnos con todas las instituciones. Y por primera vez se ha hecho un consejo territorial en que están representadas todas las comarcas que verdaderamente tienen una importancia muy importante, valga la redundancia, la hora de lo que es la materia turística.

Y no solamente hemos invitado a que estén todas las comarcas representadas, sino las diputaciones que, aunque no tienen competencia en materia de turismo, creemos que es interesante que haya un trabajo realizado y que haya un presupuesto que se puede optimizar y por eso van a estar allí representadas. Aparte con las nuevas direcciones provinciales que van a estar dentro de lo que es el conjunto para desarrollar el trabajo.

Vamos a trabajar desde luego en un plan estratégico, yo creo que muy completo, en la que lo que pretendemos sobre todo es que el turismo de Aragón sea un referente en lo que supone el turismo de interior.

Muchísimas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Agradecida esta Presidencia por acomodación al tiempo.

Pasamos pues, haciendo un pequeño descanso en la reformulación que la directora general pueda cambiar de cartapacio y, por tanto, tenemos que pasar a la siguiente comparecencia, que les recuerdo a ustedes, que también es a instancias del insigne Grupo Popular y es sobre líneas de actuación para la mejora de la gestión de la Red de hospederías de Aragón, que escucharemos con mucha atención.

Tiene usted diez minutos.

La señora directora general de Turismo (ROMERO FUERTES): Gracias, presidente.

Para ponerles en antecedentes, la Red de hospederías de Aragón es una iniciativa del Gobierno de Aragón que se inicia en el año 1991 con el Proyecto de acondicionamiento de Arguis,

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

la primera hospedería de la red, que se abrió en 1994. Paulatinamente se fueron incorporando a la red nuevas hospederías, siendo la de Allepuz la última, inaugurada en noviembre del 2008.

Inicialmente dependían del Área de Turismo del Gobierno de Aragón y a finales del 2001 se crea la empresa pública Turismo de Aragón, que inicia su actividad a mediados del 2002. Es en mayo del 2003, cuando tras unos años de obras de rehabilitación se inaugura la Hospedería del Monasterio de Rueda, cuya gestión se encomienda por acuerdo del Consejo de Gobierno a la empresa pública, la cual tras, de la oportuna licitación, se adjudica a una de las tres empresas que se presentaron a concurso. Con la apertura de Rueda se pone en marcha la aplicación de un manual de identidad gráfica corporativa para toda la red.

Las hospederías de Aragón, en 2005 se publica el decreto 294/2005, 13 de diciembre, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la Red de hospederías de Aragón. Así, entre otras cosas, a través de este decreto se crea un órgano gestor de la red, encargado de la dirección y coordinación de los elementos comunes de todas las hospederías de Aragón. Este órgano gestor es la Sociedad de Promoción y Gestión de Turismo de Aragón.

Estas hospederías reúnen las siguientes características, tienen una ubicación en una zona de interés turístico, zonas con escasa, o con unas infraestructuras hosteleras de carácter privado, inmuebles con cierto carácter histórico y artístico. Se intenta recuperar y se pone en valor elementos arquitectónicos de interés y inmuebles asociados a personajes históricos o míticos.

En 2006, Turismo de Aragón es gestor en total de toda la red, en la que están incorporadas las ocho hospederías que en este momento están en funcionamiento.

Tenemos que recordar que en las hospederías hay que realizar actuaciones de forma periódica para la conservación y la mejora de las instalaciones. Además, es necesario complementar los servicios que se ofrecen en las instalaciones para adaptarse a las necesidades y exigencias de servicios y confort de los turistas. Tenemos que tener en cuenta que hay hospederías que cuentan ya casi con dos décadas desde que fueron abiertas.

Uno de los retos de esta dirección general en esta legislatura es la de dinamizar y conseguir una mejor gestión de las hospederías. Nos hemos encontrado con unos establecimientos en los que no se han llevado a cabo inversiones de mejora durante años y con una gestión que no ha sabido o no ha sacado todo el partido que se podría haber hecho.

Nuestra apuesta es la calidad en los servicios que se ofrece y, sobre todo, en las instalaciones. Es el reto que tenemos dentro de la política general del, de Turismo y muy especialmente en las hospederías. Podemos asegurar que hasta ahora estamos manteniendo

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

reuniones, visitas y encuentros constantes con las hospederías, para hacer una evaluación real con la situación en la que se encuentran las mismas.

Queremos darle una vuelta al modelo de gestión, revisar que se cumplen los acuerdos adoptados con las empresas que las gestionan e impulsar la participación de las personas del territorio en la mejora de las mismas.

Creemos que tienen un enorme potencial si innovamos no solo en las instalaciones, sino en la forma en que se gestionan.

Además, estamos preparando un plan de promoción específico para las mismas de forma unitaria. Se está trabajando en la creación de un producto conjunto para vender la Red de hospederías como un circuito turístico que atraiga más turistas. En este sentido, se potenciará la existencia de la red en ferias, en actos de promoción, y el objetivo es contar con un folleto unitario que ponga en valor las características que diferencian este tipo de alojamientos del resto de la oferta turística. Nos centramos ahora en la creación de una verdadera Red de hospederías de Aragón que funcione como tal, con fórmulas de promoción conjunta, colaboración mutua, controles de calidad.

Mientras tanto, está previsto seguir ejecutando las obras y actuaciones necesarias para facilitar el mantenimiento de la actividad en las mismas, con la calidad adecuada y que se merecen, y racionalizar el funcionamiento de las mismas.

Para llevar a cabo estas inversiones se contará con los presupuestos de la Dirección General de Turismo, con los fondos de inversión de Teruel para las dos hospederías que se encuentran en el territorio de las comarcas del sur, como es la de Allepuz y la de Iglesuela del Cid y además con los presupuestos que tenemos en la empresa pública Turismo de Aragón.

Nuestro objetivo es que la red de hospederías se posicione como producto turístico a nivel estatal y el camino tiene que ser la calidad, algo que no estaba ocurriendo hasta ahora. No se ha velado por la excelencia, y eso ha sido un error que ha ido degradando este tipo de servicio turístico. Precisamente para evaluar y buscar soluciones se están realizando determinadas acciones, como es visitas periódicas para comprobar la gestión que se está realizando y los mantenimientos que deben cumplirse en función de los pliegos y el contrato de cada concesionaria, perdón, concesionaria.

Revisión de datos a turismo de Aragón. Queremos que se cumpla con los requisitos de informar sobre el funcionamiento del establecimiento y el balance de datos, estadísticas de ocupación, cuentas de explotación y copia de las hojas de reclamaciones. También vamos a hacer *mystery shopper*, es el cliente misterioso, un sistema de evaluación de calidad que supone un procedimiento independiente, discreto y profesional muy útil.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

La gestión de las Hospederías de Aragón no es sencilla, por lo que tenemos que ser innovadores, se trata de edificios de grandes dimensiones, con amplios espacios anexos, alejados de los circuitos tradicionales de turismo, con altos gastos de mantenimiento y de consumo energético.

La importancia de las redes de hospederías es que generan empleo en el medio rural, dinamizan el territorio, aumentan el consumo de los productos locales y sirve para conservar y recuperar el patrimonio que eso es fundamental.

Muchas gracias.

El presidente (GARCÍA MADRIGAL): Sí. Pasamos, en consecuencia, al peticionario Grupo Popular. Por ocho minutos, la palabra don Javier Campoy.

El señor diputado CAMPOY MONREAL: Muchísimas gracias, señor presidente.

Y muy buenas tardes, señora directora general por venir a esta su comisión y muchas gracias por la explicación que nos ha dado, a tenor de la convocatoria que la habíamos citado para explicar los objetivos y líneas de actuación para la mejora de la gestión de la red de hospederías. Que va, como puede imaginarse, en estricta ilación, estrictamente unida a la comparecencia, a la primera comparecencia, que ha tenido esta tarde el Plan de promoción turística de Aragón 2016-2019.

Y decía que se inicia el proyecto de hospederías en el año 1991 por el Gobierno de Aragón, que la primera es el 1994. Todos sabemos que existen ocho en Aragón, las de Huesca, Loarre, Roda de Isábena, San Juan de la Peña, la de Teruel y os voy a decir, (...) Allepuz y las Zaragoza, Sádaba, Monasterio de Rueda, el Mesón de la Dolores, en Calatayud, y el Castillo Papa Luna, en Illueca.

Sitios, lo decía usted, tremendamente representativos en Aragón, sitios por sus calidades turísticas. Y, desde luego, que remarco que representan que tienen un emblema para representar a Aragón. Las hospederías, por tanto, dan alojamiento a un potencial turístico que viene de fuera de Aragón y que se desplaza dentro, dentro de Aragón.

Por lo tanto, podríamos decir que, en primer lugar, los dos objetivos de la dirección general que tendría que tener al efecto de las hospederías debería de ser el mantener el prestigio y mantener y potenciar el prestigio de la red de Hospederías de Aragón. Y, en segundo lugar, vertebrar con mucha excelencia el territorio en Aragón.

Porque si hay algo que hacemos bien en España, una de las cosas que hacemos bien en España y a la cual no discutimos de colores políticos, es el turismo. El turismo lo hacemos bien y, por lo tanto, si lo hacemos bien en España, también nos gustaría muchísimo que lideráramos en

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Aragón, en turismo, que fuéramos líderes. Hoy recibíamos una buena noticia, como decía la diputada del Partido Aragonés y, desde luego, desde el Grupo Popular queremos que se haga muy bien en Aragón, que se lidere en turismo.

Y mire, venimos de una gestión que usted ha calificado de una gestión que se pudiera haber hecho mejor las cosas, ha dicho por aquí, me lo he apuntado, que se podía haber... Bueno, que se podía haber hecho mejor, se podía haber invertido más y venimos de una gestión que yo me atrevo a decir que es que ha sido una gestión ordenada, que ha sido una gestión potente y que ha sido una gestión ambiciosa.

Porque en turismo lo que no debemos hacer sería un grave error, es mirar hacia atrás para criticar. En turismo, tenemos que mirar el hoy, mirar hacia delante para cada uno de nosotros aportar lo mejor que podemos aportar y, desde luego, para liderar en turismo y para que el turismo de verdad sea un motor que tire, que cree puestos de trabajo y que, desde luego, vertebre nuestro territorio.

Y mire, si pudiéramos resumir lo que se ha hecho últimamente para darle una vuelta a las Hospederías de Aragón, podríamos decir que se han resuelto los contratos anteriores y se ha preparado un nuevo modelo de gestión, que ha producido de repente de forma inmediata un impacto importante en las arcas públicas, porque ha traído o digamos, ha contado con muchísimos menos recursos públicos.

Usted ha dicho, que quiere darle una vuelta al modelo de gestión, a mí me gustaría que nos dijera, hacia dónde quiere darle la vuelta, hacia atrás, hacia delante, hacia un lado, que nos dijera cómo que ajustarlo. En segundo lugar, en los últimos años se ha puesto en valor la rentabilidad, el uso de la hostelería de Allepuz, estaba cerrada, no había, no se encontraba gestor y se ha encontrado un gestor. Hoy está abierta y está en funcionamiento.

Y, en tercer lugar, se ha hecho una promoción realmente potente, realmente intensa y con mucho impacto de toda la red de hospederías, en Fitur, en las redes sociales, en todos los operadores turísticos que operan en el mercado. Y, desde luego podemos decir que hay un antes y un después de la gestión de estos últimos años en turismo y, sobre todo, en la red de hospederías. Se integró la red en la estrategia de promoción de Turismo Aragón, como bien ha dicho usted y desde luego se culminó con una transformación hacia lo digital.

¿Por qué? Porque hoy en día, todo el que compra un paquete de turismo, que compra una habitación está en las redes, no estábamos en las redes y hoy ya estamos en las redes. Presencia en ferias, en todos los sitios y, desde luego este impulso se lidera desde el Gobierno de Aragón. Bien,

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

yo a usted le quería hacer unas preguntas concretas que no ha contestado y sí que me gustaría que las contestara en esta, su primera comparecencia para hablar de Hospederías de Aragón.

Me gustaría que me contestara, a qué recursos específicos y lo digo bien, qué recursos específicos, usted ha dicho que va a utilizar los recursos del Fite, que va a utilizar los recursos de Turismo Aragón, que va a utilizar los recursos de la dirección general. Pero, a mí me gustaría que me cuantificara y me gustaría que me dijera, qué recursos específicos va a destinar a promocionar la red de hospederías, porque si en estos cuatro años que se ha destinado muchos más recursos, el triple o el cuádruple de lo que ha pintado usted en presupuestos este año, ha tenido usted a bien calificarlo como ha calificado.

Pues imagínense ustedes cómo lo podemos calificar *a priori*, atreviéndonos su gestión en lo que respecta a Hospederías de Aragón, con un veinticinco, un veinte o un 15% de recursos. Por tanto, me repito la pregunta, qué recursos específicos va a destinar usted, su dirección general a promocionar la red de hospederías, si va a seguir ateniendo los radios de hospederías, si va a seguir estando en blogs, si va a seguir estando en TripAdvisor, en Rumbo, en Atrápalo, en todos los operadores del mercado como se ha estado hasta ahora. Me gustaría que me contestara específicamente.

Me gustaría que me dijera también, cómo va a captar, que no me lo ha dicho, cómo va a captar más turistas en Aragón, que vengan a esta red de hospederías que, desde luego, va a ser bueno para el funcionamiento del sector. Qué estrategias concretas y específicas va a desarrollar usted en materia de alojamientos para atraer turistas a la red de hospederías.

Si está coordinada, si está coordinada su dirección general en materia turística para esta red de hospederías con el Gobierno de España. Me gustaría que me lo dijera específicamente, porque creemos desde el Grupo Popular, creo que puede ser muy bueno para atraer turistas a la red de hospederías. Y desde luego, qué papel presupuestario juega la red de hospederías y es una pregunta muy sencilla para el turismo de Aragón.

Porque claro, la gestión de la empresa pública ahora tenemos un nuevo gerente, un nuevo gerente que, desde el Grupo Popular, en principio le presuponemos toda la capacidad del mundo, aún no tenemos, no tenemos posibilidad de evaluarle su capacidad y, desde luego, su gestión. Hay un nuevo director, antes había un técnico profesional importante, como era Patricia Sierra, que desde aquí queremos hacer constancia, queremos hacerle un reconocimiento a su labor.

Desde luego, entendemos que ha sido una buena labor la que ha desempeñado doña Patricia Sierra y, desde luego, vamos a estar muy expectantes a ver la nueva labor que desarrollaba don Jorge Marqueta, el nuevo director, pero que, desde luego, sí que vamos a estar haciéndole un

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

seguimiento importante y sí que queremos que destine parte de su tiempo a la red de Hospederías de Aragón. Muchas gracias.

El presidente (GARCÍA MADRIGAL): Gracias.

Pasamos a los tiempos de cinco minutos para cada uno de los grupos parlamentarios restantes. Tiene la palabra, el portavoz del Grupo Parlamentario Mixto, don Gregorio Briz.

El señor diputado BRIZ SÁNCHEZ: Gracias, señor presidente.

Buenas tardes otra vez.

Sea director general, voy a imitar un poco al presidente de la comisión. Yo creo que el señor Campoy tiene una autocomplacencia quizá desmesurada, desmesurada. No, lo digo por lo que usted acaba de decir, no, porque parece ser que ustedes hicieron una labor ingente, ingente, ingente. No voy a entrar en ese concepto que me daría mucho juego y no quiero hacer bromas. Ingente y claro, las cosas no parece que fueron así, ¿no?

Porque algunas de las propias hospederías no pudieron funcionar adecuadamente. Hubo que cerrar, se abrieron hace poco. Bueno, usted ha dicho el histórico, señor Campoy, no se lo voy a recordar yo, por lo tanto, vamos a ver. Teniendo en cuenta que estaríamos de acuerdo, que efectivamente es complejo gestionar las hospederías, sobre todo, por su propia virtualidad y por su propia estructura, edificios amplios, históricos, complejos, mantenimiento difícil, inversiones importantes a la hora de mantenimiento, etcétera, etcétera.

Y sabemos que se han abierto concursos que no se han adjudicado. Bueno, todo eso no lo voy a recordar yo que ustedes lo saben perfectamente, o sea, que vamos a ir por partes. Y claro, no se puede criticar porque fue una gestión ordenada y potente. Hombre, bueno, yo creo que es bueno que se plantee el tipo de gestión, porque como en algunas hospederías, bueno, pues no se puede abrir la parte de hostelería o la parte de restauración, pero a lo mejor sí que se pueda hacer otro tipo de turismo patrimonial.

Es decir, que yo creo que formulas hay y yo creo que la directora general me da la sensación de que se refiere a eso y que hay que intentar buscar lo más importante, que es que es, que yo creo que hay dos cosas que usted -y en eso sí que estaríamos de acuerdo-. Yo creo que las hospederías, como hito histórico y patrimonial, lo que plantea es que hay un reconocimiento por parte del Estado de España, de los turistas de Aragón a través de esto. Es decir, bueno, pues voy a poner un ejemplo más Román Paladino, pero La Dolores. Eso no es histórico patrimonial si lo queremos plantear

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

desde la línea histórica, pero sí que obedece a una tradición oral y de tradición popular, que seguramente todo el mundo conoce y que es un referente en España a la hora de utilizar.

Por lo tanto, en ese caso de acuerdo. Y que nos sirve una cosa muy importante en un proceso de despoblación, como ocurre en este momento, la vertebración del territorio con establecimientos turísticos, (...) casuística. Yo creo que la directora general ha dicho una cosa muy interesante, que se convierte en una ruta de Aragón las propias hospederías. Yo creo que es una idea interesante abundar y por ese terreno, haciendo un tipo de pernoctación que sea más económica, más digerible al que se hospeda en esas...

Porque a veces se ha creído que es un poco las élites las que pueden ir a determinadas, como pueden ser también (...) referente español como es no las hospederías aragonesas, sino los, digamos, a nivel paradores nacionales, ¿no? Que es lo que quería referirme. Por tanto, yo creo que sí que tenemos una potencialidad en diversificar la oferta turística, adecuar y mejorar los recursos y buscar nuevos sectores de demanda.

Por lo tanto, yo creo que el planteamiento de dinamizar, mejorar la gestión, que tengan más calidad las instalaciones y que lógicamente se valore lo que se ha hecho hasta ahora y se intente una promoción más adecuada de productos de conjunto para que pueda haber una promoción y potenciación de las hospederías, yo creo que va por el buen camino. Y seguramente estamos hablando de un elemento que nos da visualización externa, nos da generación de empleo, vertebración y dinamización del territorio, unido a eso a otras potencialidades y desarrollos turísticos.

Por lo tanto, yo creo que es acertado decir que se hagan obras adecuadas y que haya una inversión adecuada. Ustedes ya ponen en tela de juicio que va a haber una inversión porque ustedes seguramente no la hicieron. Esa es una realidad evidente, ustedes no la hicieron. Entonces, claro, no, no, señora Zapater, usted haga los movimientos que quiera, pero las cosas son como son. Por lo tanto, yo creo que sería bueno que se hiciese, por supuesto, un análisis de lo que hay, una evaluación y que se mejorasen, lógicamente, esas infraestructuras que se produce, seguramente, una degradación que no ayuda a, digamos, el impulso de la calidad de la oferta turística.

Yo recuerdo muy bien los debates que hubo aquí con el señor Velasco. ¿Ustedes se acuerdan, de las hospederías? ¿No se acuerdan ya? Bueno, pues, en fin, no lo voy a recordar yo. Yo creo que debemos hacer algo importante, y es dinamizar este yo creo que instrumento y patrimonio que tenemos y potencial para el turismo, las hospederías. Tratar de hacerlo lo más asequible, lo más atractivo posible, relacionarlo con el territorio, buscar una marca Aragón que esté presente en España a través de esto. Y, por supuesto, lo que debemos saber es fomentar esa hospedería en todos

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

los sectores turísticos de una forma incluso transversal. Porque las personas que viene a hacer otro turismo en Aragón podrían perfectamente utilizar estas hospederías para la pernoctación.

Por lo tanto, yo creo que el camino tiene que ser eso. Sin duda promocionar esto a través de todos los mecanismos posibles, desde anuncios de prensa, confección de folletos y asistencia a ferias. Y yo creo que es muy importante que no se degrade porque, al final, los servicios que se degradan, las empresas no entran a la adjudicación, si se externaliza, que eso puede ser valorado, se externaliza o se hace directamente. Yo ahí ya es un debate que la dirección general y el departamento tendrán. Pero, en todo caso, yo creo que debemos buscar que sea atractivo para los adjudicatarios, para los que gestionan estas hospederías y para los que las visitan y realmente intentan hacer ese turismo de calidad.

Por lo tanto, yo creo que el camino es así. Y, señor Campoy, de verdad que no es una crítica, pero a cada uno lo suyo.

Muchas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Gracias.

Por el Grupo Ciudadanos, señor Sansó.

El señor diputado SANSÓ OLMOS: Sí. Gracias, señor presidente.

Comentaba el señor Campoy que decía, “todos sabemos que existen ocho hospederías en Aragón”. Yo no lo sabía. Por eso me he documentado y lo primero que he visto es que, en la web del Gobierno de Aragón aparecen ocho.

Dice, que aparecen ocho, enumera nueve, la compañera del PAR dice que hay doce, en el mapa web de hospederías de Aragón, falta Sadaba que aparece en la web del Gobierno de Aragón. Y ya que hablamos de nuevas tecnologías y dado que es la primera imagen que hoy en día se lleva al cliente a la hora de buscar su plan, a la hora de confeccionar su plan del fin de semana, que, por cierto, es la gran, la gran estacionalización que hay en este sector. En concreto, debemos deberíamos creo, intentar mejorar la parte de internet.

Lo digo porque cuando intentas enlazar a la web de Turismo de Aragón, desde la del Gobierno de Aragón, sale un enlace de página no encontrado, desde la web de Turismo de Aragón a la web de hospederías, creo que no hay enlace, pero sí al revés. Y sin ir más lejos, si buscamos normativa, pues el decreto 294/2005, que creo que era... No, no es el original, porque ha dicho usted que era del 1991, pues no está en la lista de normativa de la web del Gobierno de Aragón.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Estos detalles deberían cuidarse. Hablamos de, creo que hablábamos antes de que el mercado francés es el primero, primer cliente extranjero, curioso que, en la misma web de Hospederías de Aragón, cuando cambiamos a inglés y francés, se mantienen palabras en castellano, he encontrado cuatro, más los dos enlaces de pie. Estos enlaces creo, estos detalles digo, creo que deberíamos cuidarlos.

Hablando de Paradores pensaba que no me iba a tocar el tema nunca, señor Briz. Gracias. Me ha llamado la atención que en el actual Decreto Legislativo 1/2013, creo que es el que está en vigor, en el capítulo II, habla en el artículo 36, las modalidades de establecimientos hoteleros, menciona hoteles, hoteles apartamentos, hotel-apartamentos -perdón- hostales, pensiones y en el punto tres, establecimientos extrahoteleros y los enumera, apartamentos turísticos, alojamientos turísticos al aire libre, albergues turísticos, viviendas de turismo rural y cualquier otros que se puedan reglamentariamente determinar y he echado en falta, las Hospederías de Aragón.

Que las encuentro en la disposición adicional III, acabando ya el texto legislativo. En la anterior ley, la 6/2003 estaba en la IV, con lo cual creo que hemos ganado, algo hemos ganado. Ahí aparece también el concepto de Paradores de Turismo. Por eso le quería preguntar, creo que ha salido el tema también, en ambos textos legislativos hace referencia, a solicitar la transferencia de esos activos al Gobierno de España. No sé, no, no he oído ninguna referencia de usted a ese respecto. Me gustaría que me lo detallará.

Y, sin embargo, dejando ya la crítica, sí que le reconozco que la idea es muy buena, no solo a usted, sino a los que la iniciaron y la mantuvieron durante todos estos años. El reto es hacerla lo menos deficitaria posible, esta red de Hospederías de Aragón, ha comentado usted la voluntad de establecer, de redactar un plan de promoción específico basado en la diferenciación, en controles de calidad y en la modernización de instalaciones y gestión.

Eso es, esa quizá sería la duda, la mayor duda que tengo, hacía qué modelo de gestión vamos. Y lo dicho, que me gustaría que detallara un poquitín más lo anteriormente explicado, lo del plan de promoción específico y reconocerle, como digo, la idea y la apuesta tan decidida que hace este modelo por la dinamización del territorio.

Muchas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Señora Zapater, cinco minutos.

La señora diputada ZAPATER VERA: Gracias, presidente.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

La verdad. Bueno, yo hoy cuando venía hacia aquí, antes le he preguntado a mi padre. Le he dicho a mi padre, voy a hablar de las hospederías, decía, “¿eso qué es?”. O sea, realmente tenemos un serio problema, mi padre viaja mucho, además, por lo tanto, las hospederías en estos momentos, no, no, no se ven, no se oyen. No me cabe ninguna duda y ahí le doy la razón al señor Briz, que no ha sido un trabajo nada fácil y que, desde luego, ha sido un trabajo de mucho esfuerzo desde el año 1991 que se planteaba esta posibilidad hasta que se fueron abriendo y demás.

En estos momentos hay ocho, de las cuales dos están cerradas. La verdad, es que luego hemos ido ahí sumándolas, porque al final eran doce. Algunas son de ayuntamientos, otras son de... Algunas son privadas y, por lo tanto, pues bueno, la verdad que, la imagen de las hospederías en estos momentos no está siendo buena.

Por lo tanto, lo que sí que tenemos que plantearnos o nuestro grupo cree que tenemos que plantearnos, que antes de ponernos a hacer promoción turística de algo que al final luego el turista con lo que se va a llevar es una mala imagen, porque no le tengo que nombrar. Yo sé que usted va a ir el mes que viene a hablar con la comarca, la del Monasterio de Rueda, que es una de las que, en estos momentos, pues bueno más, la zona está más movilizada. Porque realmente lo que no vamos a hacer es, dar promoción de algo que realmente no está a la categoría o al nivel de que la imagen que se lleven sea buena.

Por lo tanto, nosotros entendemos que lo primero que hay que hacer es una apuesta firme y decidida, para de entrada, que si el turista viene se vaya con buena imagen, que es un poco lo que usted antes hablaba de ese plan, ¿no? De ese plan turístico, porque al final el boca a boca es lo que hace y el quedarse con una buena sensación. Por lo tanto, en estos momentos creemos que la imagen que hay de las hospederías, pues no es buena, que no quiere decir que no haya buen servicio, ni buena calidad, cuidado. Que no quiero... Pero yo creo que de momento es muy importante hacer una apuesta sobre este tema.

Señor Briz, es que me las pone todas preparadas, sí se hizo una apuesta muy importante con el tema de las hospederías. Le voy a decir el presupuesto del 2015. Fíjese, hubo desde la dirección general seiscientos mil euros para hospederías y trescientos mil en los contratos con las empresas que llevaban las hospederías en concepto de mantenimiento y suministros. ¿Sabe cuánto hay en el 2016, que han aparecido por ahí de inversión? Ciento veinte mil, quiero decir, yo entiendo y me... No, no, pues no, pues nada, ya me lo explicará la señora directora.

Lo que sí que es importante que se haga -como le digo- una apuesta importante respecto al tema de las hospederías y como yo entiendo que no solo las del Gobierno de Aragón que ha planteado el tema de los contratos, los convenios ¿no?, para llevar las hospederías. Creemos que

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

también en estos momentos, pues, por ejemplo, el Ayuntamiento de Daroca tiene una hospedería que también le gustaría que el Gobierno de Aragón le echara una mano para ponerla en funcionamiento.

Por lo tanto, yo creo que las hospederías -como digo- no ha sido una tarea fácil, no está siendo una tarea fácil, pero también entendemos que, con este presupuesto, pues tampoco se está haciendo para desenmarañar o intentar que esto salga adelante. Nada más y muchas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Nacho Escartín, Podemos Aragón, cinco minutos.

El señor diputado ESCARTÍN LASIERRA: Gracias, presidente y buena tarde, directora general. Ya sabe que nosotros desde Podemos, pues apostamos por un turismo sostenible y responsable, que es el que creemos que puede asegurar los puestos de trabajo de calidad, apoyar la vertebración del territorio y poner en valor, la gran riqueza cultural, patrimonial, natural que tenemos en Aragón y atraer gente.

Cuando hablamos de turismo, en Podemos, nosotros pensamos en tres ejes. Uno es, la sostenibilidad, otro es la diversificación de la oferta turística y el tercero es, abrir esa oferta a la participación social. Y centrándome en las hospederías, creemos que dentro de ese plan estratégico que están elaborando se puede poner en marcha esos tres ejes de acción que creo que compartimos por la intervención que ha hecho anteriormente.

También se podría crear esa marca de calidad o dentro de esa marca Aragón, darles especial importancia a las hospederías. Desde luego, sí que creemos que la desestacionalización y en concreto el papel que pueden jugar las hospederías es bastante importante, ¿no? Para salirnos un poco del turismo del monocultivo de sol y playa, que es el que va aparejado con la estacionalización, la falta de innovación, la cultura del ladrillo, sol y playa y también nieve en Aragón, como me apunta mi compañera y las hospederías, desde luego pueden contribuir a la desestacionalización.

La parte de la participación que no se lo hemos escuchado, también nos parece importante. Porque creemos que algunos de los problemas que han tenido que ver con la gestión de las hospederías tienen que ver con no haber contado con los gustos y las necesidades de la gente del territorio, que al final es la que se supone que mejor va a gestionar las hospederías, si primamos la adjudicación a pequeñas y medianas empresas del sector turístico local, que creo que son los que deberían estar de alguna manera favorecidas en este tipo de contrataciones.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

En todo caso, lo que se trata es de que las hospederías contribuyan al prestigio y la buena prensa del turismo en Aragón. Yo le quería hacer una pregunta concreta, la red de hospederías de Aragón está regulada por el texto refundido de la Ley de Turismo de Aragón, el decreto legislativo 1/2013, de 2 de abril del Gobierno de Aragón y en la disposición adicional III, figura en el punto cinco, solamente voy a leer el cinco. “Que la red de Hospederías de Aragón, es el conjunto de Hospederías de Aragón que comparten identidad visual, objetivos de calidad y unos parámetros básicos en materia de estrategia comercial”.

Entendiéndose por gestor de la red, el órgano administrativo, organismo público empresarial, Administración de la comunidad autónoma, encargado de la dirección y coordinación de los elementos comunes a todas las Hospederías de Aragón. Yo le quería preguntar, si disponemos de normativas propias que desarrollen estos parámetros básicos en materia de estrategia comercial, porque la verdad que yo no los conozco.

Por poner en valor el papel que pueden jugar las hospederías. Pues siendo que están en territorios despoblados de Aragón, creemos que es muy, muy importante potenciar que se acompañen de otra serie de recursos, como son, no solamente las carreteras, como algunos grupos insisten mucho en hablar de carreteras. Sino también, por ejemplo, en fomentar autobuses, redes de transporte colectivo que permitan, no solamente llevarte a una hospedería en concreto, sino crear rutas turísticas entre diferentes hitos o iconos del Turismo de Aragón.

O, por qué no pensar en el valor añadido de sectores de turismo que son potencialmente a fomentar en Aragón, como puede ser el de los jubilados, que lógicamente es un turismo desestacionalizado porque pueden viajar todo el año, porque vamos, tienen más disponibilidad, ¿no? Y en algunos casos, en algunos casos, recursos para viajar o el turismo de personas discapacitadas, que se pudieran adaptar estas hospederías a que viajen estas personas.

Es decir, que habría que incidir en la dotación de infraestructuras y servicios que, en algunos casos, pues en las comarcas más despobladas, el déficit es notorio. Nosotros, sí que queríamos incidir en algo y es en que seamos escrupulosos con las cuentas claras. Es decir, usted lo ha dicho, lo ha mencionado, pero que tengamos claros los criterios de definición de las adjudicaciones de las hospederías.

Que favorezcamos, como he dicho, las pymes de la zona, que podamos evaluar con esas visitas periódicas que están previstas y el mantenimiento también de esas hospederías para que tengan realmente criterios de calidad. Y, sobre todo, exigir planes de viabilidad del negocio.

Para ver que, sobre todo, los trabajadores están contratados en buenas condiciones, que hay una visión holística de la zona, es decir, que no solamente se gestiona la hospedería, sino que

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

además, se pueden generar otros puestos de trabajo y favorecer a otras empresas secundarias turísticas que pueden aportar otras cosas, más allá del restaurante y el alojamiento de la hospedería.

Y por acabar, y por complementar un poco esa, ordenada, potente y ambiciosa intervención del diputado Campoy del Partido Popular. Nuestra valoración es que, la gestión del anterior Gobierno del PP-PAR, peor no puede ser, ha habido cierres, ha habido, ha habido monumentos vacíos, inutilizados, costosos, una pésima gestión.

Que, además, me hace mucha gracia cuando en la última feria Fitur, un presidente de Castilla-La Mancha presentó su propio plan estratégico y esperemos que la actual Dirección General de Turismo no caiga en eso y decía, “que van a crear diez mil nuevos empleos en turismo en Castilla-León”. Yo espero que no vaya tan sobrada usted, sino que afiance china chana, pues algunas mejoras en el turismo sostenible de Aragón, que es en lo que nos va a tener al Grupo de Podemos en esa calidad, en esa diversificación y desde luego, vamos a acompañar a que mejoren la gestión de las hospederías. Gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Gracias, señor Escartín. Por el Grupo Socialista, don Fernando Sabés.

El señor diputado SABÉS TURMO: Muchas gracias, presidente, directora, directora general. Bueno, yo es que leo la petición de comparecencia, en el tramo final dice, “explicar los objetivos y las líneas de actuación para la mejora de la gestión de la red de Hospederías de Aragón”. Así es como lo plantea el Partido Popular. Cuando lees esto, interpretas que tenemos un problema, grande o pequeño, pero tenemos un problema. En este caso, el Gobierno de Aragón tiene un problema.

Más aún, cuando veo y yo coincido con el señor Sansó, yo no conocía demasiado este, este sector, por decirlo de alguna manera y cuando revisas, pues el anterior gobierno creo que, desde mi punto de vista, bien hecho. Encarga a una consultora externa un planteamiento, de cuál va, debe ser el diseño y el desarrollo y la gestión de la red de hospederías. Y cuando al año siguiente, en el 2013 se convocan a concursos cinco hospederías y quedan desiertas -insisto- que tenemos un problema.

Pero creo que un problema no viene de ayer, ni de anteayer, ni lo solucionaremos mañana, si no es un problema que viene del proyecto y que viene del proyecto -que como ya he dicho- surge en el año 1991 y se abre la primera en el año 1994.

Por tanto, creo que no hay que, pienso que no debemos entrar en tirarnos y el y tú más, que creo que en este tema, pues lo ha dicho la directora desde el principio, es decir, creo que el proyecto turístico de Aragón tiene que continuar, tiene continuar aspectos del anterior Plan de promoción y

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

tiene que desestimar otros aspectos en los que no se consideren prioritarios en estos momentos y valorar otros elementos, que en este caso, el Gobierno de Aragón con ese proceso de participación que ya he apuntado anteriormente en su intervención anterior la directora general, pues debamos, debamos realizar.

Porque, claro, elaborar un proyecto de gestión, porque al final lo que hemos podido ver de la intervención de todos ustedes y de la propia directora general es que, tenemos un problema de gestión, de rentabilidad de esas hospederías. Problemas probablemente lo decía el señor Briz, por el tema de cómo están configuradas estas hospederías, qué edificios utilizan, la dificultad de intervenir estos edificios, los costes de mantenimiento, los costes, los elevados costes de inversión.

Evidentemente, eso se ha constatado en hospedería tras hospedería y si el modelo de gestión planteado fuera excelente, dudo que se hubieran quedado cuatro hospederías desiertas en un concurso en el año 2013, seguro que no hubiera pasado. Por tanto, por tanto, ¿qué necesitamos un plan para las hospederías? Sí. ¿Qué debe ir más allá de un plan de promoción? Estoy convencido que también, nuestro grupo está convencido que también.

Que no simplemente con un buen plan de promoción solventaremos todos los problemas en la gestión de las hospederías aragonesas, necesitamos un poco más y creo haber entendido que la línea en la que planteaba la dirección general era esta, ¿no? El hecho de que hay que hacer una reflexión profunda de qué modelo debemos plantear.

Y compartimos el Grupo Socialista algo que ha apuntado también el Grupo de Podemos, que probablemente lo que hay que hacer es trabajar con el sector local para el desarrollo, para la gestión, para la optimización de estas hospederías.

Probablemente habrá que estudiarlo, también habrá que ver luego si la Ley de Contratos y estas cosas nos permiten primar una serie de cosas en estos contratos, todo habrá que verlo y todo habrá que revisarlo, ¿no? En este sentido.

Creo que tenemos muy claro que hay un problema por el cierre continuo de las hospederías, por los problemas que están planteando también los gestores actuales de algunas hospederías diciendo que la rentabilidad pues les es muy complicada y creo que lo que sí que se ha hecho es un trabajo amplio, de comunicación, de promoción de esta red de hospederías, creo que esto tampoco hay que negarlo.

Para concluir, básicamente en este proyecto de red de hospederías la calidad es un elemento esencial. Me decía mi compañera que en la normativa están equiparadas por decirlo de alguna manera, a los hoteles de tres estrellas, señor Sansó. Pero nosotros solo venderemos una, la red de hospederías si ofrecemos una calidad seguro muy superior a ese aspecto.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Coincido con el tema del empleo fundamental pensando en el punto de vista local, aunque las dificultades que sabemos de esto y sobre todo la necesidad de inversiones y ver cómo se financian esas inversiones, que esa es una complicidad, una complejidad que tenemos en estos momentos.

Y, por supuesto que el reto de esta dirección general es elaborar un plan de dinamización y de mejora de estas hospederías, porque creo que coincidimos todos los grupos aquí que hay que potenciarlas, hay que trabajar en este sector como un elemento también diferencial del turismo en Aragón. Muchas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Ya conoce usted, directora general, que tiene diez minutos. Tiene la palabra.

La señora directora general de Turismo (ROMERO FUERTES): Presidente.

Yo quiero agradecer al Partido Popular las expectativas tan altas que tienen puestas en mí cuando llevo seis meses solamente al frente de la dirección general y piensan que ya tengo la solución para los problemas que están acarreado la Red de Hospederías de Aragón.

Sí que me gustaría y que yo creo que saben todos perfectamente los antecedentes que tienen la gestión que ha sido, que ha sido una gestión, pues eso, que ha cambiado constantemente de gestores.

Puedo decir que San Juan de la Peña y Allepuz han cambiado hasta cuatro veces de gestores, que se ha ido a un contrato público que ha quedado desierto, que luego se ha tenido que ir a un negociado. Bueno, las hospederías están dando problemas y es una cosa, es una situación difícil.

Yo quiero entender que en el momento cuando se decidió de crear la Red de Hospederías de Aragón seguramente no solamente se tendrían en cuenta el interés turístico, económico y cultural que significaba para Aragón, sino que también había un componente que era pues la conservación de nuestro patrimonio arquitectónico.

Y veo totalmente de acuerdo el tomar esa iniciativa, pero desde luego, la Red de Hospederías de Aragón, pues necesitamos invertir en ellas y, por supuesto, en eso estamos pensando.

Quería decirle a la diputada Zapater que no solamente hay un presupuesto en turismo de Aragón de trescientos ochenta y cinco mil euros en suministros y algo más de doce mil en promoción, un total de casi cuatrocientos mil euros que se van a invertir.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Luego en el Gobierno lo que es la dirección general tenemos ciento veinte mil euros para invertir en todo lo que son las infraestructuras que pertenecen dentro de la dirección general, más aparte, tenemos doscientos mil euros del Fite que se van a invertir en infraestructuras propias que pertenecen a la zona de Teruel.

Además de eso, que hace poco ha salido en prensa que desde la empresa Turismo de Aragón se ha comprado una máquina quitanieves para poder facilitar el acceso a la hospedería para que los turistas que vayan allí a alojarse, cuando ya saben ustedes las dificultades que tiene ese municipio a la hora de acceder.

Hay una quitanieves que no solamente se va a utilizar para el acceso a esas hospederías, sino que, además, se ha hecho un convenio con el ayuntamiento para que el pueblo pueda disfrutar de ella.

Yo creo que sí que se está tomando en serio lo que pensamos que tiene que ser una buena red de hospederías en Aragón, pero, por supuesto, déjeme tiempo porque solamente llevo seis meses y las hospederías... esta red lleva diez años, más de diez años puesta en valor y verdaderamente no se caracteriza por su excelencia.

Yo durante estos seis meses sí que me he reunido con el sector, es más, ayer estuve en la Comarca de Aranda en Illueca y estuve en la hospedería y, por supuesto, pues me transmitieron los trabajadores cómo estaban trabajando y las circunstancias.

Estamos valorando por qué tiene que haber un nuevo modelo de gestión y lo estamos trabajando desde la empresa pública Turismo de Aragón, que en estos momentos es la que tiene que velar por que se cumpla ese contrato que existe con las diferentes gestoras.

Y yo permítanme, pero desde luego, yo necesito un tiempo. He tenido reuniones tanto con las empresas como los trabajadores y estas cosas no se hacen de la noche a la mañana.

Yo quiero entender perfectamente que en su tiempo se puso en valor todo nuestro patrimonio, que es muy importante y fundamental y que tenemos que conservarlo para que verdaderamente cuando el turista venga a Aragón sepa que viene a algo que es diferenciador y que no lo puede encontrar en todos los sitios.

Que tenemos un patrimonio arquitectónico importantísimo. Pero por supuesto, tenemos, por ejemplo, dos hospederías, como es la de San Juan de la Peña y la de Rueda, que es un conjunto monumental con unas magnitudes enormes, en las que cuesta muchísimo el mantenimiento y la conservación y hay que esperar.

Y sí que quería decirle al portavoz de Ciudadanos que tenemos la hospedería de Allepuz, la hospedería de Iglesuela del Cid, la de Calatayud, la de Illueca, la de Roda de Isábena, la de San

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Juan de la Peña, la de Monasterio de Rueda y Loarre y está la de Sádaba, que sí que es cierto que el alcalde y presidente de la Comarca de las Cinco Villas se ha reunido en varias ocasiones conmigo, como no puede ser de otra manera.

Y sí que es cierto que yo le dije que la gestión en estos momentos era difícil, era muy complicada de asumirla desde la dirección general, pero, por supuesto le hemos dado pues iniciativas o maneras de que se pueda gestionar y estamos en contacto y trabajando para que se pueda abrir.

Y, por supuesto, la de Arguis es imposible, porque todos conocen las circunstancias desde que se hizo las obras de la autovía y había un proyecto de abrir una escuela de hostelería que costaba una cantidad ingente de dinero y que en estos momentos no nos podemos permitir.

Pero, por supuesto que vamos a trabajar en que sea una red de hospederías en la que prime la calidad y la excelencia, como queremos que sea todo el turismo que existe en Aragón. Muchas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Bueno, muchas gracias, directora general por su esfuerzo, ya no es usted novata, ha sido muy gratificante escucharla.

Ya saben ustedes los usos de la Presidencia, dejen recoger sus enseres a la directora general y si alguien tiene que conversar con ella que lo haga fuera de la sala, por favor y así continuaremos. *[Se suspende la sesión.]*

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): A ver, señor Oliván, pero bueno, este señor...

Entradilla: No te he hecho caso nadie, eh tío, ¿te has fijado?

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): No, los demás sí, porque no están interrumpiendo.

Señora directora, para que podamos continuar, no se detenga usted, quien quiera la siga fuera de la sala, ¿vale?

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Tomen asiento los señores y señoras diputadas. *[Se reanuda la sesión.]*

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Empezamos con el siguiente punto del orden del día, relativo a la moción dimanante de la interpelación política general del Gobierno de Aragón en materia de turismo, presentada por el Grupo Popular. Tiene para su presentación el Grupo Popular tiempo durante cinco minutos.

El señor diputado OLIVÁN BELLOSTA: Rápidamente, presidente.

Es una moción dimanante de una interpelación que se mantuvo en el Pleno hace un par de semanas. Son temas que se plantearon en esta interpelación y que vienen a complementar muchas cuestiones que hoy por la tarde hemos hablado.

Ahora mismo lo decía la directora general, que son temas que van en positivo, no son críticos ni mucho menos, son para para sumar, algunos incluso se están implementando, pero sí que pretendemos con esta moción que se preste una especial atención a estas cuestiones, porque entendemos junto con otras, pero estas también, que son importantes de cara a planificar debidamente la promoción turística de nuestra comunidad autónoma.

Y habida cuenta de que el plan está abierto en estos momentos... ahora le he comentado a la directora general que son cuestiones que perfectamente se podrían incorporar.

Yendo al centro del asunto. La moción tiene seis puntos que son muy sencillos todos ellos. Primero pretendemos que se haga un especial énfasis en el seguimiento, en la evaluación y también en el mantenimiento de las acciones de promoción para que sean de verdad, sean de verdad efectivas.

En segundo lugar, planteamos reforzar una línea de actuación que implementa al ministerio, pero que quizá aquí de manera complementaria se podría seguir, que es una labor de prospección de análisis de mercados nuevos para terminar la partida allí cuáles son, o cuáles deben ser las acciones de promoción a futuro, tanto como ayuda al Gobierno de Aragón para su promoción pública, como para las empresas para su promoción privada.

En tercer lugar, a través de los órganos ya existentes, por ejemplo, el Consejo Territorial de Turismo, creado recientemente, hacer énfasis en una adecuada coordinación interinstitucional, en definitiva, para que los recursos públicos se utilicen óptimamente.

Recientemente hemos podido conocer determinadas actuaciones que van en contra de esto, que van en contra de esto y no hablo del Gobierno de Aragón, de otras administraciones que, a pesar de que permanentemente hablamos de esta cuestión, siguen actuando de manera individual y en nuestra opinión, sin ninguna garantía de efectividad en sus actuaciones.

En cuarto lugar, tener en cuenta el fomento de la fidelización de los visitantes, la prolongación de la estancia y la concordancia de lo que se transmite, de la expectativa que

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

transmite con nuestra promoción, con la realidad que después quien nos visita observa, teniendo en cuenta estas cuestiones en todas y cada una de las acciones de promoción.

En quinto lugar, analizar y potenciar aquellos elementos que de verdad nos diferencian que son singulares respecto a otras comunidades, que son los que van a determinar fundamentalmente que un visitante, que un turista potencial se decante por visitar Aragón y tenerlos en cuenta, además, como elementos claves en la promoción turística nacional e internacional.

Y, en sexto lugar, tener en cuenta la cada vez mayor importancia de las tecnologías, tanto para la parte de oferta turística, como para la parte de demanda y teniendo en cuenta que son muy importantes de cara a la decisión del destino turístico de quienes nos pueden visitar.

Se insta al Gobierno a potenciar, a continuar, a perseverar en la línea del posicionamiento en portales de Internet de la oferta turística y también en la gestión de los perfiles de posibles visitantes en las redes sociales. Son cuestiones que se están trabajando, pero planteamos en esta moción que se potencie esta cuestión.

En definitiva, no es una moción ni mucho menos crítica, al revés, es una moción que intenta sumar, que intenta hacer énfasis en cuestiones, algunas de las cuales están en marcha, pero creemos que son muy importantes y por eso hay que resaltarlas en cualquier documento estratégico y, por supuesto, en la implementación de las acciones.

Y a partir de ahí espero su posicionamiento a favor teniendo en cuenta, como digo, que es una cuestión para sumar, no para restar y siempre con el espíritu constructivo que intentamos que prevalezca en todos nuestros planteamientos.

Muchas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Gracias.

Tiene la palabra ahora el ínclito portavoz del Grupo Parlamentario Mixto, don Gregorio Briz.

El señor diputado BRIZ SÁNCHEZ: Gracias doble, señor presidente.

Voy a intentar ser riguroso. Me va a permitir, señor Oliván, ya sabe que yo tengo una manía por crear una panoplia de clasificaciones de las propuestas de la oposición y he acuñado, aunque sabe, creo que es compartida, lo de la proposición la nieve es blanca, la proposición viva la gente y esta tercera moción, con todo mi respeto, yo le llamaría una moción gravitatoria, me explicaré.

La gravedad es algo que es manifiesto, 9,8 metros por segundo caen los pesos a la tierra sin solución de continuidad y de no ser que yo fuese un diputado interestelar, pues podía estar en

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

contra de la gravitación universal y esta propuesta es una propuesta gravitatoria, porque, efectivamente, usted bien lo ha dicho, es “implementaria”, pero todo esto se está haciendo y por eso podía votar sí, no y, todo lo contrario.

De hecho, le adelanto que voy a votar a favor desde el Grupo Mixto-Chunta Aragonesista, porque creo que ni es bueno, ni malo, ni, todo lo contrario, es decir, que son cosas que se están haciendo.

Por ser breve, las acciones de promoción que sean efectivas y que se haga un seguimiento yo creo, señor Oliván, que usted como riguroso que es, entenderá que se está haciendo en todo caso y en todo momento, es decir, se puede decir que ya se están **¿llegando?** múltiples sistemas de evaluación.

Sería contradictorio que no se hiciese una evaluación de lo que se está haciendo como comprobante de la efectividad de las actividades de promoción, por lo que desde el departamento no se considera necesario diseñar nuevos sistemas, pero si usted también dentro de esta propuesta sugiere alguna mejora, pues por supuesto, no habría inconveniente.

La segunda, el Gobierno de Aragón reforzará la línea de actuación en prospección de nuevos mercados turísticos.

Mire, voy a hacer una broma, cuando conozcan al nuevo gerente, si no lo conocen, de Turismo, verá que ya los rasgos se le están orientalizando, ¿no? De lo que está llevando a cabo gestiones en el mercado oriental para intentar promocionar estos destinos japonés, coreano, chino e incluso los rusos de... ya sabe que algunas zonas rusas tienen también signos mongoles, ¿no? En fin, entiéndeme bien.

Bueno, en todo caso, el departamento seguirá trabajando en ese reforzamiento de todas las actuaciones dirigidas a los potenciales mercados emergentes, tal como suena emergentes entre comillas, que como está el tema de China y la bolsa, pues bueno, veremos.

Esta propuesta que, en la moción, la tercera sobre el Gobierno a través de órganos ya existentes como el Consejo de Turismo. Pues, efectivamente, la Dirección General de Turismo prioriza la coordinación en materia de promoción turística sin duda, ya sea con las diferentes instituciones, incluso comarcas, ayuntamientos, diputaciones, aquello de la multitud funcionalidad y multi competencias que hay, ¿no?

Bueno y el sector privado por supuesto y estamos de acuerdo en la necesidad de la misma, pero bueno, mayor presencia de marca Aragón en el mercado turístico, etcétera, etcétera, pero también se le está haciendo.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

La cuarta, el fomento de la civilización, ¿usted cree que para los que dirigen el turismo de Aragón no quieren que el turista que viene a Aragón vuelva a venir y que se quede más noches? Pues se está trabajando también en ello, a través de la formación como elemento imprescindible e irrenunciable, e incluso se puede llegar a responder a las expectativas ofrecidas en la promoción y que éstas respondan a la realidad de lo que se ofrece realmente.

Bueno, la quinta, la quinta cuestión sobre la importancia de los aspectos diferenciales, por supuesto. Mire, yo creo que la Dirección General de Turismo si hace algo es intentar ver las diferencias, desde el punto de vista del turismo deportivo, activo, patrimonial, de las experiencias, de la identidad, la naturaleza, las estrellas, de la pesca, de tramos fluviales, incluso del etnoturismo para barrer para casa.

En definitiva, yo creo que también se está haciendo, pero si usted dice que hay que hacerlo más, pues insisto con la gravedad, que es importante que no nos vayamos de la tierra.

Y seis. Dada la cada vez mayor importancia a las nuevas tecnologías, pues efectivamente, se está intentando desde luego, desde el departamento, en un posicionamiento fuerte de interés que determine una buena promoción turística, por lo que se está desarrollando un importante trabajo en este sentido desde la Dirección General de Turismo.

En todo caso, señor Oliván, vamos a votar a favor y si estamos de acuerdo y ustedes están de acuerdo con la política que este Gobierno está haciendo, pues estamos bastante felices y de enhorabuena.

Muchas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Muchas gracias.

Tiene la palabra el Grupo Ciudadanos, señor Sansó.

El señor diputado SANSÓ OLMOS: Gracias, señor presidente.

Evidentemente, sí, sí, cómo le voy a votar en contra yo a estas palabras como promoción, coordinación interinstitucional, gestión más eficaz de los recursos públicos, fidelización, prolongación de la estancia, competitividad, nuevas tecnologías, lo que comentábamos hace un rato, ¿no?

Evidentemente, me quedo, de todas ellas me quedo con el primer párrafo, lo del sistema para evaluar la efectividad. Siempre hablo de datos, lo siento. Me quedo con lo que hemos comentado hace escasa una hora, ¿no? Definición de indicadores, establecimiento de objetivos, realización de mediciones y presentación de resultados.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Creo que sí, creo que sí es necesaria una evaluación de todos los objetivos que nos marquemos y las estrategias para realizarlos. Cuantificar el éxito, cuantificar el porcentaje de éxito en los objetivos que nos marcamos y ahondar en esas soluciones o cambiarlas. Tiene nuestro apoyo.

Muchas gracias, señor presidente.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Muchas gracias, muchas gracias. Seguimos pues la rueda. Doña Berta, Grupo Aragonés.

La señora diputada ZAPATER VERA: Gracias, presidente.

Por supuesto, señor Oliván, vamos a votar a favor de esta moción, pero yo estoy convencida de que tanto usted como yo tenemos dudas de que lo vayan a cumplir, por mucho que intentemos que esto sea así.

Lo que sí que es cierto es que todavía no han llegado a decirnos con ese diez, casi diez por ciento de reducción en el presupuesto de turismo, ¿de dónde lo van a quitar? O sea, lo que sí que... lo que es cierto que una dirección general como la de Turismo, cuanto más dinero se tiene más promoción se hace y en estos momentos pues entendemos que ese 10% en algún sitio tendrá que repercutir.

Por lo tanto, yo creo que son medidas muy interesantes, señor Oliván, que, como le digo, que directamente las vamos a apoyar, pero que tenemos dudas que realmente el Gobierno en estos momentos los plantee. Nadie va a poner en duda lo que supone en estos momentos el sector turístico en Aragón, el producto interior bruto, que supone el 9%, que es un sector estratégico y que, desde luego.

Y yo no soy muy como usted, como decía el diputado del Partido Socialista, no consiste en y tú más, pero lo que sí que es cierto es que en estos momentos la Dirección General de Turismo está recogiendo, porque el que siembra recoge, el que siembra recoge y eso es un refrán.

Partiendo de la base de que Aragón superó en 2015 por primera vez los tres millones de visitantes. Bien ha estado la directora general aquí y ha dicho, es que solo llevo seis meses, es que en seis meses no me ha dado tiempo a casi.

Por lo tanto, no, yo no soy de las del y tú más, pero sí que, lo que sí que es cierto que el planteamiento de la anterior Dirección General de Turismo fue, desde luego una apuesta firme y decidida por el turismo. No una asignatura maría, como le sigo diciendo.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Por lo tanto, ese 10% lo que nos hace que, pensar es que la dirección general de algún sitio tendrá que... porque lo que sí que es cierto que se hizo una buena gestión y, como le digo, en promoción turística, concretamente y en apuesta por el turismo, desde luego, contra más dinero hay más promoción se hace. Esperaremos al año que viene a ver si estos resultados que al consejero le parecían espectaculares, porque estaba realmente sorprendido de que realmente fueran así, esperemos y deseamos que el año siguiente sean.

Y, por tanto, pues, señor Oliván, no cabe ninguna duda de que esta moción la vamos, todo lo que implique apoyar el turismo, el Partido Aragonés lo apoyará.

Muchas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Gracias.

Por el Grupo Podemos Aragón, doña Violeta Barba.

La señora diputada BARBA BORDERÍAS: Gracias, señor presidente.

Bueno, viendo... habiéndome leído la transcripción otra vez para recordar y habiendo estado presente, lógicamente, en la interpelación que tuvo lugar en el Pleno del que dimana esta moción.

Que además fue, más que un partido de tenis, fue casi como jugar en la playa con una pelota de lo suave que resultó, ya que estaba usted muy de acuerdo con casi todo lo que planteaba, o viceversa, el consejero estaba muy de acuerdo con lo que usted planteaba, cosa también de lo que me alegro, porque no hay nada mejor que sacar las cosas por consenso y conseguir que verdaderamente, simplemente, ni que no quede en mero papel mojado.

Lo cierto es que no puede ser de otra manera que la moción que se nos plantea aquí, pues sea una moción de sentido común, que sea una moción que todos los grupos en principio vayamos a apoyar y que, por tanto, nosotros no nos vayamos a desmarcar. No por nada, no por no votar en contrario, en otras ocasiones lo hemos hecho, sino porque cómo no vamos a estar de acuerdo con buscar nuevos mercados turísticos, cómo no vamos a estar de acuerdo con buscar la adecuada coordinación interinstitucional, con el fomento de la fidelización, la prolongación de la estancia, con los aspectos diferenciales y, sobre todo, con la mejora de las nuevas tecnologías.

Por lo tanto, es una moción que, como muy bien usted sabe, supongo que se esperaba, la unanimidad cae por su propio peso. Por tanto, la apoyaremos.

Sí que me gustaría recalcar que con respecto a lo que se recoge en el punto número 1, es necesario, dice la moción, que “las acciones de promoción sean efectivas y, por lo tanto, se realice

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

un seguimiento de las mismas, así como garantizar un mantenimiento de las acciones en el tiempo”. Resulta curioso esto parece que sea la misma argumentación que utilizamos nosotros cuando hablamos del Observatorio de la Contratación Pública, asegurar que las condiciones se mantengan a lo largo del tiempo.

Nos gustaría que esta argumentación, que en este caso utilizan para una cuestión como es el turismo, se utilizarán también para hablar de las condiciones laborales de los trabajadores contratados desde la Administración pública. Como ve, es una argumentación que usaba también el Grupo Parlamentario Popular. Solamente hace falta ampliar el rango de aplicación de este tipo de argumentaciones.

Votaremos a favor de la moción, porque entendemos que mejora sustancialmente el turismo de la comunidad autónoma.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Gracias.

Por el Grupo Socialista, don Fernando Sabés.

El señor diputado SABÉS TURMO: Muchas gracias, presidente.

Fíjense, a mí me sorprendería que todos estos puntos que se plantean en la moción no se hubieran llevado a cabo ya en los últimos cuatro años. Se lo digo, lo digo así, lo digo así de contundente. La sorpresa sería que esta moción aportara algo o esta moción aportara alguna cosa diferente, de lo que no se haya hecho en los últimos cuatro años.

Pero antes de entrar en la moción, sí le voy a decir una cosa, señora Zapater, lo de la cantinela del más con menos no es nuestra, ¿eh? Es suya, es de ustedes, ¿se acuerda? ¿O no (...) se acuerda? ¿O la herencia de la que me hablaban esta mañana, nos hemos tenido que olvidar después de seis meses? ¿No se acuerda? Más con menos decían, ¿eh? No éramos nosotros quien defendíamos esa posición.

Pero entrando en la moción y no me quiero alargar demasiado, ¿que planteemos elementos de control, de seguimiento, de medición, de las acciones? Por supuesto, el consejero Soro el viernes pasado en las Cortes ya apuntó algunos en relación a Fitur. Yo les pido una cosa más, y es que nos digan cuáles plantearían nuevos y lo estudiemos y los apliquemos. Pero esto de decir vamos a poner y no digamos cuáles, no hagamos propuestas, es sencillo. Digo, al menos se hacen los mismos que en los últimos cuatro años, ¿sí o no, señor Oliván? Sí, es así. Por tanto, de acuerdo, estamos de acuerdo, ningún problema, totalmente de acuerdo.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Segundo aspecto, ¿nuevos mercados turísticos? Evidentemente, el turismo evoluciona diariamente. Los mercados cambian y hay que ir trabajando. El señor Briz hablaba del mercado chino, del mercado japonés, del coreano, del ruso. Pero es que a lo mejor al año que viene son otros mercados y como se hizo y se ha hecho siempre en el ámbito turístico, se abren nuevos mercados y hay que trabajar de forma diferente en función de los mercados. Por tanto, de acuerdo, ningún problema, como se ha hecho siempre.

Tercer aspecto, coordinación interinstitucional. Yo vengo de un pequeño ayuntamiento de una pequeña comarca de dieciocho mil habitantes, con un poquito de gestión turística, muy poquito porque somos muy poquito turísticos, con una diputación provincial que hace un trabajo de promoción turística, con un Gobierno de Aragón que, independientemente del color que ha habido, ha hecho un trabajo de promoción turística, y siempre hemos dicho lo mismo, o vamos coordinados o no funcionamos. Porque disparamos tiros y no tenemos ninguna repercusión.

Cuando se hablaba de la marca Aragón de forma global, va en esa línea y es trabajar con una única marca para vender todo el territorio. Y lo he dicho antes, el mayor o el menor, o el que tiene mayor desarrollo turístico y el que tiene menor desarrollo turístico. Nos tendremos que poner de acuerdo. De acuerdo, ninguna duda. Tercer punto.

Cuarto punto, fidelización y prolongación de la estancia. Si es que es así, si es que conseguimos que repitan, lograremos mayor repercusión económica, ¿sí o no? De acuerdo. Si conseguimos que prolonguen la estancia, lo mismo. Por tanto, de acuerdo. Cuarto punto, totalmente de acuerdo.

Quinto punto, “se realizará un análisis exhaustivo de la oferta turística aragonesa y de sus competidores”. No, no, es que para que vengan los turistas necesitamos diferenciarnos de la competencia, como siempre ha sido, como siempre ha sido. Por tanto, de acuerdo. Es que hay que hacerlo así, señor Oliván, porque si no me diferencio, en mi caso de mi provincia, de la provincia de Lleida o de la provincia... es que no vendrán. Por lo tanto, de acuerdo, nos tenemos que diferenciar. Estamos de acuerdo, ¿eh? Ningún tipo de problema.

Y el sexto, lo de nuevas tecnologías de la comunicación o de las nuevas tecnologías. No, en esto no estoy de acuerdo del todo. ¿Sabe por qué no estoy de acuerdo? Porque el adjetivo ya no es, ya no es actual. Son las tecnologías de la comunicación, las que todos nosotros y todos los que van a contratar un paquete turístico, esperemos que, para Aragón, son las que utilizan, el 90%. Con lo cual ya no son nuevas, son las que utilizamos. Por tanto, de acuerdo que hay que potenciar su uso.

No, no voy a consumir más tiempo.

Vamos a votar a favor, pero reitero, es que es lo que ya se ha venido haciendo siempre.

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]

Por tanto, continuemos.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Gracias, señores y señoras diputados, diputadas.

Vamos, pues, si no ha lugar a la intervención del grupo proponente, a la votación, si les parece, ¿vale? ¿Votos a favor? Consecuencia, **se aprueba por unanimidad**.

Retomamos el punto del orden del día, si ustedes no tienen...

Ah, ¿explicación de voto, desean? Explicación de voto, ¿desea algún grupo? ¿Ninguno? Señor Oliván.

El señor diputado OLIVÁN BELLOSTA: (...) agradecimiento.

Y matizar dos cuestiones que añaden, quizá, argumentos a lo que he intentado explicar en mi primera intervención. Precisamente porque el consejero Soro asentía y me daba la razón el otro día **¿en la?** interpelación, entendí que era, mejor que que tomaran nota que es lo que me dijo, ponérselo por escrito. Es el objeto de esta moción, así de claro, o sea, **¿es?**, claro.

Y luego una cuestión referente a lo que he comentado de sumar. Sumar significa mejorar y significa reconocer que había cosas por hacer, obviamente. Cualquiera que ha gestionado un servicio público sabe que permanentemente hay que estar mejorando y de el que se hicieran bien las cosas, no quiere decir que se puedan hacer mejor y por eso es una moción que va en la línea de mejorar y de sumar.

Sin criticar, evidentemente, nada de lo que se hacía. Los medios, las circunstancias, los momentos, eran distintos y creemos que en estos momentos estas cuestiones que quizá no se están haciendo con el énfasis adecuado muchas de ellas, requieren una especial atención, si queremos que la promoción turística de Aragón vaya por la línea adecuada.

Muchas gracias.

El señor presidente (GARCÍA MADRIGAL): Pues bien, en consecuencia, retomamos el punto del orden del día número uno, si no hay alusiones, entendemos aprobada y pasamos, decimos el acta, obviamente.

Y pasamos a ruegos y preguntas, ¿hay alguno?

Bueno, sencillamente, gracias por su trabajo y por la eficiencia de temporalidad de ese trabajo. Muchas gracias. *[Se levanta la sesión a las dieciocho horas y veintidós minutos.]*

Comisión de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda

10-02-16

(Transcripción provisional realizada por empresa externa)

[Esta transcripción tiene carácter provisional, está sujeta a posterior revisión y corrección, y carece por tanto del valor de una publicación oficial]