

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

*«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 (BLASCO NOGUÉS):* Buenos días. Comenzamos la Comisión de Economía y Empleo [a las diez horas y treinta y seis minutos]. Como es habitual, el punto primero, lectura y aprobación del acta de la sesión anterior, lo dejaremos para el final de la sesión; y comenzamos con el punto segundo: comparecencia del director general de Turismo a propuesta de seis diputados del Grupo Parlamentario Socialista al objeto de explicar las líneas de actuación que están llevando a cabo son sus competencias. Para su exposición tiene la palabra el representante del Grupo Parlamentario Socialista.

El señor diputado GARCÍA MADRIGAL: Gracias, señor presidente. Buenos días.

Bienvenido, señor director general de Turismo. Somos anteriormente conocidos porque hemos tenido la oportunidad de trabajar simultáneamente y conjuntamente en distintas instituciones en materia turística.

Bueno, realmente lo venimos diciendo, la importancia que tiene el turismo en Aragón como factor de radicación de la población, como factor de diversificación de la economía, como factor de futuro en términos de..., no sé qué pasa con los teléfonos por ahí..., como factor de futuro en términos de creación de riqueza en el ámbito de Aragón. Y sí quería hacer una introducción un poco del escenario macroeconómico habida cuenta de las responsabilidades que tiene su sociedad matriz del gobierno popular tanto en España como en Aragón, en términos de que ese escenario, macroeconómico lógicamente, pues tiene una predeterminación absoluta respecto de cómo tenemos que afrontar el análisis y el diagnóstico de la situación de nuestro turismo en Aragón.

Y, desde ese punto de vista, pues claro, todos los boletines —incluidos aquellos en que participamos— de carácter estadístico como Fundear, el de la primavera de 2012, vienen redundando sobre las tasas negativas de la economía aragonesa en el cuarto trimestre de 2011, y bueno, se anticipa un empeoramiento, desafortunadamente, en el primer trimestre del año, y también todos los boletines estadísticos de las distintas fuentes primarias y prestigiosas vienen incidiendo como el Banco de España con los datos de la contabilidad nacional, que muestran un deterioro del producto interior bruto del 0,3 intertrimestral y confirman la dinámica de crecimiento negativo en el primer trimestre del año.

En este ámbito el propio escenario macroeconómico de los presupuestos prevé seiscientos treinta y un mil —digo generales del Estado— cien pérdidas de puestos de trabajo, y hay una reforma laboral que, desde luego, todos los análisis indican que va a generar más pérdida de puestos, un deterioro también de las rentas de los asalariados, y en consecuencia..., bueno, todo

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

esto son menos rentas disponibles que tenemos que tener en consideración a la hora de pergeñar, programar y determinar el turismo en Aragón.

En este contexto, ya habíamos comentado qué pasaba con un sector tradicional como el sector de la nieve, que había tenido una temporada irregular, como reflexionando que tenía que haber sido un sector muy potente, obviamente, en temporada, y que en temporada, como consecuencia de la climatología y como consecuencia de no tener mecanismos suplementarios de radicación de la demanda, pues hemos ido perdiendo niveles de ocupación, y así ha habido sucesivas declaraciones de los responsables empresariales turísticos de los sectores de la actividad en tanto que los planes de negocio van a la baja, y tenemos que hacer algún tipo de reconversión.

Todas las observaciones también... básicamente hay un indicador clásico que es el de la industria hotelera... pues no son optimistas y se prevé también una caída generalizada del número de turistas españoles y de los viajes y los movimientos turísticos de los españoles que a nosotros pues realmente nos perjudican puesto que la mayor parte de nuestro turismo es turismo de interior y es turismo nacional, es decir, más de un 60%.

En este panorama, que más bien habría que decir preocupante si no queremos sombrío, pues hemos tenido una reducción de presupuestos, lógicamente —casi el 30%— en Aragón, a los que ahora se suplementa también otro recorte añadido de las inversiones del Estado, y en todo ello estamos ahora, haciendo una reflexión de cómo va a perjudicar. En consecuencia, cómo vamos a hacer, cómo se va a hacer esfuerzos de promoción, comercialización, la marca única, en este contexto, en este escenario en donde las previsiones son de decaimiento, las previsiones son de atonía, y qué vamos a hacer reaccionando frente a esa situación que no estaba prevista originalmente y que nos tiene que llevar a ver cómo coordinamos, cómo coordinamos con Turespaña, con el plan de marketing 2012, cómo planteamos también la modernización de las infraestructuras turísticas enganchándonos a los programas de cofinanciación y de financiación de la Administración general del Estado, es decir, al fondo financiero del Estado, para la modernización de las infraestructuras turísticas, que tiene ahora convocatoria abierta 2012-2013, dónde tendríamos que focalizar, con qué entidades locales, en qué ámbito geográfico territorial, esas inversiones.

Y no sirve decir: «pues no tenemos disponible», porque lo que tenemos que hacer ahora es reconducir nuestras actividades, esfuerzos y sinergias a esas convocatorias que hay de carácter estatal y ver cómo podemos allegar recursos también de los fondos y de los presupuestos generales del Estado. Qué van a hacer ustedes en cuanto a la diversificación de recursos y actividades turísticas, de cómo desarrollar la calidad de destino en las diferentes comarcas, cómo van a hacer para estimular el patrimonio cultural, material e inmaterial, puesto que permanentemente aquí

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

estamos haciendo gala de una reivindicación permanente a través de nuestras proposiciones de todo ese patrimonio.

Bueno, en definitiva, todos estos datos negativos que plantean pues esa situación que hacen que no podamos detenernos y que esperamos que tengan ese liderazgo que nuestra señora Rudi dice cuando hace declaraciones, en el sentido de que tenemos que tener liderazgo en la actividad económica, en la creación de empleo, no sustituir el papel de los agentes privados económicos, pero sí generar liderazgo. No vemos desde el Grupo Socialista..., bueno, que ni hay liderazgo de nuestra señora, que no hay recuperación económica, que no hay locomotora de arrastre, y, bueno, que unas competencias tan esenciales como las de turismo las estamos dejando en la atonía, y desde ese punto de vista pues bueno este gobierno está más perdido que el barco del arroz —no sé si lo ha visto usted embarrancado en Sanlúcar de Barrameda—, y bueno, porque el pilotaje hace que en materia turística pues no desembaranquemos.

Bueno, hay que tomar medidas urgentes. Los datos, los miremos por donde los miremos — primer boletín del año, segundo boletín del año—, son datos que realmente nos llevan a adoptar decisiones de urgencia aquí en las Cortes permanentemente todos los grupos; hoy se trae una moción más. Bueno, estamos intentando incorporar ideas y lo que encontramos es cerrazón y rechazo, yo creo que como consecuencia de la incapacidad para resolver problemas, porque si no, se podría estar abierto a incorporar otras cuestiones.

No quiero repasar; tengo obviamente todos los datos relativos al boletín último, de finales de marzo. Sí recapitular, bueno, sobre algunas estructuras esenciales. La mayor parte del turismo que recibimos nosotros es de origen español; luego, en ese sentido hay que trabajarlo, pero claro también hay que trabajar una veta nueva de turismo extranjero en la medida en que los movimientos de turistas extranjeros, sociedades que están creciendo como Alemania, pues bueno siguen viniendo a España y eso tiene que ser una veta que nosotros tenemos que estimular.

El sector hotelero, pues está preocupado porque es el que más tira de los movimientos de viajeros y de la radicación a través de las pernoctaciones. Nuestro índice de pernoctaciones es bajo... digo el tipo promedio en cuanto a número de noches, 2,07 Aragón frente a 2,96 España. Y, bueno, lo que tenemos que plantear entre todos es ver el modo en que esta actividad no se nos queda empantanada sino que podemos revitalizarla en este marco que estamos señalando y desestacionalizarla básicamente.

Bueno, pues únicamente esperamos con buena voluntad que el director general de Turismo pueda focalizar más las respuestas en el sentido de que hasta ahora nos hemos venido dando con un muro de piedra porque no encontramos respuestas a la solución urgente de los problemas turísticos de Aragón.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

Muchas gracias.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor García Madrigal.

A continuación tiene la palabra el director general de Turismo por un tiempo máximo de quince minutos.

*El señor director general de Turismo (LAPETRA LÓPEZ):* Gracias, señor presidente.

Gracias, señor García Madrigal.

Indudablemente ha comenzado usted diciendo de la importancia del turismo y es cierto: el turismo es importante en España y, cómo no, en Aragón, si bien es verdad que en Aragón, desde hace mucho tiempo, seguimos con un ligero crecimiento pero no pasa del 4% del producto de turismo a nivel nacional, pero se sigue trabajando como se venía trabajando durante estos últimos años.

En ese sentido y por lo que parece que usted le da más importancia, como no puede ser de otra manera, a la promoción turística que a otras de las actividades que se llevan a cabo dentro de la Dirección General, porque la solicitud de comparecencia era a modo de explicar yo la actividad que se tenía con arreglo a las competencias dentro de la Dirección General de Turismo y, obviamente, existen competencias de promoción turística, cómo no, existen competencias de organización y existen competencias de infraestructuras, pero comenzaré por las de promoción turística porque parece ser que es la que más importancia en este momento desde su punto de vista le da, sin obviar las otras dos que, si me da tiempo, puedo también explicarlas.

Y, en todo caso, les diré que las líneas de actuación en materia de promoción, que muchas las conocerán ya porque me consta que el consejero ha comparecido en diferentes ocasiones y, por consiguiente, quizá yo vaya a ser reiterativo en la materia, pero les diré lo siguiente: que a lo largo de los meses de octubre y noviembre de 2011 se convocaron desde la Dirección General de Turismo del Gobierno de Aragón diversas reuniones con expertos profesionales del sector turístico aragonés con el fin de conocer sus opiniones y críticas sobre la actual política de promoción turística que se lleve a cabo desde las instituciones autonómicas implicadas en esta tarea de promoción turística, así como de las labores que en este campo desarrollan las empresas encuadradas en la oferta turística.

Tuvimos varias reuniones que se llevaron a cabo, como he dicho, en el otoño anterior y que, al final, vinieron a plasmarse en una serie de principios para luego poder desarrollar el posterior trabajo que se estaba llevando a cabo y que en breve finalizará que serán: priorización de los mercados de proximidad incluido el sur de Francia, que se venía haciendo y se sigue haciendo; priorizar el mercado interior aragonés. En este punto sí que debemos incidir más puesto que hay

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

aragoneses que no conocen todo el territorio y, por consiguiente, sí que es conveniente el tomar acciones concretas para priorizar ese tipo de mercado.

Actuaciones específicas sobre colectivos profesionales, dentro y fuera de nuestra comunidad autónoma. Participar para conocer el alcance de las mismas en ferias virtuales —esto ya lo hemos venido haciendo fundamentalmente con feria virtual en Canadá—; trabajar más la promoción de fines de semana y puentes festivos.

Últimamente se observa que el turista accede más a periodos muy cortos, como puede ser los fines de semana o incluso los puentes, que a estancias largas. Usted mismo puede ver en los resultados de pernотaciones que se suele tener una pernотación baja, pero no nosotros, sino normalmente todo el mundo incluido en el sector turístico de las playas. La pernотación ha bajado muchísimo, sobre todo en lo que atañe a hoteles. Sin duda, el que tiene apartamento o algún piso, o alguna propiedad particular, las estancias se alargan más, pero no es el caso: nosotros lo que tenemos que vender es pernотaciones. Pero se dan más en este caso de fines de semana y de promociones que lleven a cabo a través de las correspondientes asociaciones empresariales.

Y actuaciones específicas en Francia, Italia, Bélgica y, sobre todo, con los comités de empresas de grandes firmas. Eso lo veníamos haciendo, lo de Francia, Italia y Bélgica, como le diré a continuación, le leeré concretamente a qué ferias vamos, qué promociones hacemos y todo tipo de actividad que llevamos a cabo desde el servicio de promoción.

La estrategia de este plan de promoción, que se cambiaron impresiones con todo el sector y con algunas de las instituciones que quisieron venir a las reuniones, se distingue por lo siguiente: diferenciación, especialización, personalización e innovación, lo que supone una mayor segmentación en la planificación de las acciones.

De cara a los criterios de eficacia de los recursos utilizados es prioritaria la coordinación institucional entre los diferentes agentes públicos que actúan en el campo de la promoción turística, y a su vez de esta con el sector privado, especialmente con las asociaciones del sector. No es nuevo tampoco pero por eso tenemos que seguir haciéndolo, la coordinación se sigue haciendo desde la Dirección General con las instituciones, a través de las diputaciones provinciales, de los ayuntamientos de las tres capitales de provincia y con las comarcas a través de una comisión existente en la Dirección General de Administración Local.

Todos ellos participan de alguna manera en los planes concretos que luego se van a llevar a cabo durante el ejercicio correspondiente y a ese respecto le puedo decir que la asistencia en ferias, actos de promoción, todas las publicaciones que llevamos, las campañas de publicidad on line, etcétera, etcétera.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

Pero le diré, en cuanto a ferias, que por supuesto el objetivo es dar a conocer todo nuestro turismo de la comunidad autónoma en los correspondientes lugares.

En ferias de turismo en España las acciones ya realizadas hasta ahora hemos llevado a cabo obviamente, la de FITUR en Madrid, la Feria de Turismo Ornitológico en Extremadura, que es un segmento que va *in crescendo*... Por supuesto no es de masas, pero es de gente muy entendida y con poder adquisitivo importante y, por tanto, vamos a Monfragüe todos los años.

Y luego Sevatur, en San Sebastián, que acaba de celebrarse y que, aunque es una feria generalista, nosotros acudimos normalmente con temas de turismo de naturaleza, con senderismo, con turismo de aventura,... en fin, lo he dicho al principio, de naturaleza fundamentalmente.

Hay otra serie de ferias, como es próximamente, la semana siguiente, el día 22 comienza la de Barcelona. Posteriormente, Expo Vacaciones en Bilbao; la de Zaragoza, en ARATUR; la de Irán, Mendieta... Agrotur en Cornellá, Naturiva en Madrid, Intur en Valladolid y Ski Mountain en Valencia.

Todas estas son muy específicas de nuestro turismo de interior que fundamentalmente lo que se vende es naturaleza. En alguna de ellas, como Ski Mountain, evidentemente es la nieve, pero la nieve de por sí es objeto, en todo caso, de un tema monográfico, puesto que la Dirección General no tiene acciones directas puesto que Turismo Aragón es una sociedad que no depende directamente de la Dirección General, depende de un consejo de administración que, si usted lo desea, puedo explicarle las acciones de Nieve Aragón y, obviamente, Aramon es otra sociedad en la que no les voy a decir quiénes intervienen y que es ajeno a la Dirección General.

En asistencia a ferias de turismo en Europa tenemos el Salón de Turismo de Toulouse, que ya se ha realizado, el Salón de MAP de París, también; el Caravan Motor de turismo de Stuttgart, el de Hamburgo, el de Munich, la ITB de Berlín, el Salón de Vacaciones de Bruselas, el de Utrecht, el de Ámsterdam, el Outdoors Show de Londres, el Destination Travel Show de Londres también, la Bolsa de Turismo de Lisboa, BIT de Milán, la España a Bolonia, la Randonnée y Expose Nature de París. Estas ya las hemos realizado a lo largo de lo que va de año. Y las acciones previstas son la Caravan Salon de Düsseldorf, la Ornitológica de Rutland, en el Reino Unido, la World Travel Market de Londres, la España-Milano y la España-Roma. Esto en cuanto a ferias.

En cuanto a actos de promoción, como usted sabe, los actos de promoción son exclusivos del que promociona, en este caso del Gobierno de Aragón, que acudimos a través de agencias. Contactamos en la ciudad que deseamos ir, y que elegimos normalmente por su cercanía o por sus comunicaciones, por sus buenas comunicaciones con nuestra comunidad autónoma. Y allí se desarrollan el acto, digamos, de la promoción con los empresarios, que son los que tratan de vender

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

a los touroperadores que previamente han sido citados, eh, y allí es donde les ofertan sus paquetes turísticos, sus precios, etcétera, etcétera.

Los actos de promoción que llevamos a cabo empiezan ahora precisamente, y concretamente del 3 al 5 de mayo es en Sevilla, del 17 al 19 de mayo es en Valencia, en Málaga del 31 de mayo al 2 de junio, y luego vienen tres que se realizarán posteriormente, dos de ellas en el segundo semestre que son nuevas, y las hemos hecho en virtud de lo que apuntábamos al principio, por ser más próximas a la Comunidad Autónoma y porque queremos captar ese turismo de las comunidades autónomas de proximidad, y son la de Logroño, que será en junio, la de Vitoria, que será en el segundo semestre, como he dicho, y la de Castellón. En todo caso, estas tres, como he dicho, son nuevas.

Vistos los actos de promoción, tenemos también otra actividad que es la organización de viajes de familiarización en Aragón en colaboración con Turespaña de periodistas y touroperadores extranjeros. El objetivo, pues dar a conocer in situ nuestro turismo, nuestros atractivos particulares tanto desde el punto de vista cultural como de naturaleza como monumental como gastronómico, que también es uno de los puntos importantes a incidir, el gastronómico. Y estas acciones ya se han realizado, concretamente de periodistas franceses en Moncayo-Tarazona, y próximamente se realizarán de periodistas belgas en Teruel, de touroperadores daneses en el Maestrazgo, de periodistas italianos en Zaragoza y mudéjar de Teruel, de portugueses en el Pirineo, y belgas también en el Pirineo, y luego, de la prensa alemana en la ruta del Somontano, del vino. Por último, viajes de familiarización de los franceses con el mudéjar de Teruel.

Hay también, en colaboración con Turespaña, jornadas inversas, y en este caso es para este año con touroperadores belgas. Todo esto nos lo prepara la Oficina de Turismo en Bruselas y será de intercambio de acciones, en concreto con los periodistas belgas, pero organizado por Turespaña, concretamente con Aragón, eh.

Y luego, hay otra parte que es la edición de material de turismo promocional que, como no puede ser de otra forma, tenemos que estar constantemente..., aunque en cierto modo haya decaído, se tiene que seleccionar muy concienzudamente, ha decaído por el tema de las redes de comunicación, de Internet, de las páginas web..., ha decaído, pero no obstante, se sigue solicitando el papel, es decir, la guía interactiva de servicios turísticos, la reedición de los folletos disponibles en varios idiomas y folletos nuevos sobre rutas turísticas, que es..., las rutas turísticas es una de las cuestiones promocionales que con más incidencia pide el que acude a un acto de promoción o a una feria.

Y luego, por supuesto, las campañas de publicidad que se llevan a cabo en revistas especializadas, que hemos restringido por razones obvias, porque el tener presencia en las revistas

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

especializadas del sector conlleva que el desembolso económico es bastante grande, cosa que en este momento desde la Dirección General pues tampoco nos podemos permitir.

Las campañas de publicidad *on-line* dentro de Internet, portales y redes sociales se han incrementado y seguirán incrementando a través de la propia Dirección General como a través de Turismo de Aragón y de la central de reservas Visita Aragón, que tiene un especial papel en esta actividad de los portales y de la redes sociales.

Y, por último, los viajes de los aragoneses por Aragón, que como ya he dicho, se trata de fomentar el que a través, bien de la Dirección General de Cultura, bien de la Administración local, vía diputaciones o comarcas, se pongan en contacto de acuerdo con nosotros o nosotros con ellos para hacer un incremento de esas visitas, de esos intercambios de aragoneses de una zona determinada de nuestra geografía a otra para conocernos interiormente.

Por último, les diré lo de la marca, a la cual usted ha hecho alusión, y la marca... se está en marcha con ello. La marca, todos los que hemos consultado están de acuerdo en crear una marca única. Es totalmente indispensable hacerlo, la marca única, pero la marca única no se puede improvisar. Las marcas, y yo no lo digo en este momento por esta... yo ya llevo cierto tiempo en el mundo turístico y en Aragón se ha intentado en diferentes ocasiones el hacer la marca única, y se tiene que hilar muy fino, y una vez que se tenga pergeñada, lanzarlo con mucha fuerza porque hay una serie de submarcas que los propios interesados las creen como marcas. Y todo el mundo dice de la marca pero sin pensar en su submarca. Me explicaré: si está la marca Pirineos, y está consolidada, o Zaragoza, o el Maestrazgo, lo consideran como marca, y estas marcas tendrán que ir colgadas de esa marca de Aragón. Por consiguiente, no nos tenemos que precipitar. Eso no quiere decir que lo dejemos de lado, sino seguirlo trabajando para que una vez que se haya decidido una, se lance con mucha potencia para que perdure en el tiempo y para que verdaderamente sea un arrastre turístico.

Y por último, les haré unas consideraciones sobre el momento actual del turismo; del turismo hablo en general. En los últimos...

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Le quedan tres minutos, señor director general.

*El señor director general de Turismo (LAPETRA LÓPEZ):* Bueno, pues, pues, pues...

Me explicaré. En los últimos tiempos del gobierno anterior —me refiero del Gobierno de España— estaban a punto de terminarse un plan de marketing y un plan que se llamaba Privilege Spain. Con el nuevo gobierno, presentó un plan la secretaria de Estado, la nueva secretaria de Estado, y esos dos planes anteriores... el Privilege Spain de momento está parado; el otro se ha retomado pero con unas perspectivas diferentes en las cuales entrarán las comunidades autónomas



(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

que lo deseen. Nosotros, de hecho, ya habíamos colaborado en la elaboración, que realizó una empresa, una sociedad, con el plan de marketing que he dicho.

Pero, no obstante, lo que le diré es que la Secretaría de Estado siempre... ahora lo que voy a decir no atañe tanto en cuanto al turismo de interior, que es el que nos afecta, sino al turismo de sol y playa, dice: «estamos lejos de los ingresos reales precrisis. Los problemas estructurales del sector dominado por la sobreoferta y en muchos casos la [.....?] de la planta hotelera y de las zonas turísticas persisten y se han visto agravadas por la crisis actual. Hay un cambio de paradigma radical que está afectando profundamente a nuestro modelo de negocio de turismo vacacional, con una oferta obsoleta y una productividad que se erosiona año a año con graves dificultades para competir con los nuevos destinos entrantes. Los principales retos a los que nos enfrentamos son: la sostenibilidad social, medioambiental y económica; el estancamiento de la demanda tradicional europea y el auge de los países BRIC, es decir, Brasil, Rusia, India, China; la alta competencia de los destinos en otros países, un nuevo tipo de turista más informado, exigente y con mayor poder de decisión; cambio en el modelo de negocio tradicional debido a la irrupción de las nuevas tecnologías y las compañías aéreas de bajo coste, y la atracción de talento y emprendedores». Cuando presentó este turismo de sol y playa, que ha sido el más apoyado, evidentemente, porque es el que más beneficios, en principio, puede dejar en España, que tiene un 70% del total. Y según los expertos, ese 70% ya... lo importante es que no se reduzca, para lo cual se tienen que tomar una serie de medidas ya, porque el ir a más será tremendamente difícil.

Visto este plan integral que presentó la secretaria de Estado, las comunidades de interior, primero en una reunión que hubo de la Comisión Sectorial en Lanzarote, y después en Valladolid, se tomó la iniciativa de formular propuestas para que fueran integradas en este plan integral. Esto lo lideró Castilla-León pero nos adherimos las demás comunidades, cada una con sus productos, y obviamente nosotros presentamos los nuestros haciendo hincapié en el turismo de nieve, lo cual eran más reacios, obviamente, porque para ellos es menos importante y nos las admitieron. Esperemos que, una vez que se tenga que desarrollar de alguna manera este plan integral, nos tengan en cuenta a los aragoneses y a nuestro turismo de interior que, como tal turismo de interior, no es de masas, es muy selectivo, y hay que mimarlo sobre todo en lo que se refiere a la sostenibilidad porque, de lo contrario, cualquier deterioro nos lo destruirá.

Pues, por mi parte, en este primer turno, nada más.

Muchas gracias.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor Lapetra.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

A continuación, por un tiempo máximo de cinco minutos, tiene la palabra el representante del Grupo Parlamentario Socialista.

*El señor diputado GARCÍA MADRIGAL:* Gracias, señor presidente.

Nos agrada su excelente voluntad, el esfuerzo verbal, explicativo y nominal, pero no los resultados.

No es tarea del Grupo Socialista desangrar al Gobierno en materia turística, sino tapar hemorragias, pero estamos tremendamente preocupados, por eso seguimos reiterando y generando alternativas, e incluso inventando eufemismos que vienen en las mociones de los grupos de oposición... bueno, cualquier tipo de rodeo para ver si el Gobierno, lejos de ser esa pared de hormigón, se pone más esponjoso y quiere incorporar alguno de los elementos que nosotros estamos sugiriendo. Porque, vamos a ver, el turismo no es patrimonio de nadie, aunque tradicionalmente lo haya venido gestionando un partido político concreto, pero todos vamos rotando en la responsabilidad.

Y hay algunas cosas que, como la política exterior, la promoción exterior y la promoción turística, son generadores de riqueza y lo que tenemos que hacer es alcanzar acuerdos y consensos y no crear colisiones, y para eso hay que esponjarse un poquito más.

Nos preocupa mucho, don Gonzalo, porque no solo no se cumplen los compromisos que se hicieron desde el departamento, es que no se cumple ni uno. Prueba manifiesta de ello es la famosa marca única, y pasan los tiempos y los tiempos y las dilaciones, y el presente se nos come más que nunca.

Pero es que no solo no se han cumplido los propósitos originales, es que no hay reajuste a la nueva situación. Y yo estoy un poco confundido con este Gobierno porque hace evaluaciones de consecución de logros sin haber puesto en marcha ningún logro. Es decir, son profecías que se auto cumplen a partir de los papeles pero, claro, estamos hablando que de esto depende la vida de los ciudadanos, depende el empleo y que, bueno, que no se cumplen.

Usted sí que ha hecho una exposición que yo conozco de hacer cuál es el calendario de ferias del Gobierno de Aragón, pero eso no sirve, no sirve porque la cuestión es cuáles son los resultados. No qué hacemos, qué numeramos y cuál es el calendario de ferias, sino cuáles son los resultados.

No sirve y no me parece tampoco que pueda sostenerse el decir: no podemos compararnos con el promedio español, porque siempre salimos mal. Bueno, pues tendrá que ser una referencia, porque si están entrando más turistas extranjeros a España y nosotros cada vez tenemos menos, bueno, pues hay dos sentidos inversos de esos movimientos.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

En definitiva, por citar el tema del empleo en el sector hotelero pues, claro, en Aragón los estándares es que se baja el 2,1%, o sea, negativo, y en hostelería el 2,2%. Esta es la situación que tenemos y venimos reconviniendo sobre... hemos dicho, hemos dicho que no solo promoción, lo que queremos son resultados, modernización, infraestructuras... Ahora estábamos diciendo básicamente en esta intervención cómo, si estamos siempre llorando de que no tenemos recursos, ¿cómo podemos allegar ahora los recursos de los presupuestos generales del Estado y de los planes que puede haber, independientemente de que Tour España haga promoción exterior? Pues ya me lo conozco, pero a ver cuáles son los programas financieros o los accesos a créditos blandos que pueden tener los accesos a créditos blandos que puedan tener nuestros empresarios a partir de programas como es el que hemos citado de modernización de las infraestructuras turísticas. Esto es lo que hay.

Hay un rosario inmenso de preguntas pero, verdaderamente, vamos a ver qué obtenemos de resultados. Esto es lo que nos tienen que decir ustedes: cuáles son los resultados, cómo invertimos las tendencias negativas.

Y nosotros estamos dispuestos a ayudar. Mire que ya se acaba el plazo de aquella proposición no de ley que tenía como origen un rechazo de una previa del Partido Socialista y una por unanimidad del Partido Aragonés. Pues miren ustedes que es que quedan prácticamente quince días para que fine ese plazo y, nosotros, ya digo, seguimos generando ideas.

Bueno, miren ustedes a ver si de verdad, porque si recapitulamos sobre las comparecencias e interpelaciones (que la suya es la primera y, por tanto, no le digo a usted), todo es no sabe, no contesta, no se hace, no quieren los otros.

Entonces, bueno, sencillamente, de verdad, nosotros queremos ayudar al Gobierno de manera que pongan ustedes en funcionamiento unos mecanismos que no sean los convencionales, que no sean los que hay hasta ahora, de manera que podamos invertir la tendencia y convertirla en positivo del turismo de Aragón por la riqueza de nuestro pueblo.

Muchas gracias.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor García Madrigal.

A continuación tiene la palabra el director general por un tiempo máximo de cinco minutos.

*El señor director general de Turismo (LAPETRA LÓPEZ):* Gracias, señor García Madrigal.

Nosotros oímos a todos; no sé qué debates habrá tenido usted con otros miembros del Gobierno, pero nosotros oímos a todos y se lo he dicho en la intervención anterior: nosotros tenemos, aparte del Consejo de Turismo de Aragón, está... independientemente de eso citamos,

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

antes de elaborar cualquier plan, citamos a todo el sector, sus correspondientes asociaciones, pero no crea que a las tres o cuatro, por decirlo de alguna manera, más punteras, no, no, se cita absolutamente a todos.

Se cita a las tres diputaciones, se cita a las comarcas y se cita a los ayuntamientos. Y ellos son los que, después de conversaciones, nos apuntan las medidas y sus colaboraciones, que también las hay, sus colaboraciones con respecto a cómo se va a desarrollar el año turístico siguiente, es decir, no improvisamos nosotros o se hace a capricho nuestro, porque lo ha dicho también muy claramente y desde luego es así.

El turismo claro que no es patrimonio de nadie, faltaría más. El turismo es patrimonio de los aragoneses, faltaría más, claro que sí. Y por eso se cuenta absolutamente con todos pero desde ese canal que está establecido y que no sé si será susceptible o no susceptible de cambiar.

En cuanto al compromiso de marca única, lo hay, lo hay y se hará esa marca única porque se está elaborando ya... Sí, sí, ya le puedo decir que sí. Lo que yo vuelvo a insistir y porque tengo cierta experiencia: se tiene que ir con pies de plomo para que luego la marca única cuaje y no nos vayamos a dar de nariz, nos vayamos a dar de bruces con una marca que luego no tenga tirón y que se haya hecho exclusivamente por salir del paso y por un compromiso político que sí que se tiene pero, en cuanto al tiempo, usted dice quince días... Quince días es en cuanto al plan directo turístico diferencial, y ese no se preocupe que está prácticamente terminado, por no decir que está terminado ya, y dentro de quince días por supuesto que sí que lo tendrán ustedes.

¿Resultados? Estos resultados que vienen formulándose en los correspondientes boletines, no es nueva la baja. La baja ha ido descendiendo prácticamente para nosotros en Aragón desde que se terminó la EXPO; han ido ya capeándose y con resultados negativos, unas veces en los hoteles, otras veces solamente en los hoteles de Zaragoza que, por cierto, no me dirán que van mal los hoteles de Zaragoza últimamente, van bien. Luego tampoco es todo tan catastrófico ¿no? [*habla García Madrigal sin micrófono*] No, no. Yo digo los hoteles de Zaragoza capital, pero hace unos años iban mal después de la EXPO y ahora van bien; que, por cierto, le diré: ha habido colaboración con el ayuntamiento de Zaragoza, había y sigue habiendo colaboración con el ayuntamiento de Zaragoza, y seguirá habiendo colaboración porque es importantísimo para el turismo de Aragón incorporar la ciudad de Zaragoza dentro del turismo. Me parece fundamental.

En cuanto a turistas extranjeros sin mirar los resultados es precisamente en lo que hemos crecido, en lo que adolecemos es del turismo de interior. No se ha crecido, pero ¡si salvo el sol y la playa no ha crecido nadie! porque son reticentes. La crisis es la crisis, y no es que yo diga una palabra...no quiero ser reiterativo, pero es una cosa que existe. Ahí está, y cuando pasemos veremos como se desarrolla entonces y qué gente podemos atraer.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

El producto está, que es lo fundamental. Y el producto está bien desarrollado. Hay que perfilarlo en algunas de las cuestiones y por supuesto comercializarlo quizá mejor de lo que se comercializa. La administración podemos coadyuvar en esa comercialización, pero eso en todo caso —y no quiero tirar la pelota fuera— no es responsabilidad nuestra, es responsabilidad de los sectores del turismo, de los correspondientes sectores. Son los que tienen que vender, y de hecho, en estos actos de promoción a los que he hecho alusión anteriormente. Los empresarios que verdaderamente tienen interés por captar turismo vienen a esos actos, y aún no he oído a ninguno de ellos que le ha ido mal.

¿Cuáles son los que normalmente vienen en esos actos? Las asociaciones de turismo activo, los balnearios, los campings, el turismo rural... todos esos no es que sea una panacea en este momento, pero no les va precisamente mal. En Aragón lo que se ha notado en los últimos tiempos y más concretamente en estos dos meses que tenemos datos es el tema de que la nieve, que sí que es un turismo de masas con el respecto al resto —turismo de interior— este año por algunas razones que ustedes conocen no ha ido bien, y eso desde luego hace bajar en el listón porque la nieve sí es turismo de masas. El turismo de interior tiene que ser muy selectivo, y al decir selectivo no hablo de dinero solamente, sino selectivo en cuanto a practicar tanto el senderismo como el turismo de aventura, como la visita a nuestro gran patrimonio monumental con todo respecto y dando todo tipo de facilidades para que no puedan deteriorarse, puesto que si eso lo masacramos como ha pasado con el turismo de playa y costas, entonces sí que no tendremos nada.

Así pues, vuelvo a decirle que en eso sí que estamos y lo estamos haciendo, no es que sean cuestiones de futuro, es que lo estamos haciendo en este momento.

En cuanto a las ayudas en infraestructuras las seguimos teniendo a través del servicio de organización en cuanto a eliminación de barreras, en cuanto a adaptación de portales de Internet, en cuanto a adaptación de baños en una medida muchísimo más humilde en anteriores ejercicios. Por supuesto que sí.

Las ayudas a los préstamos este año se han eliminado porque es que no nos quedaba nadie. Se sacaba la convocatoria, accedían los que accedieran, las entidades bancarias decían algunos que sí y a otros que no. Cuando se materializaba a lo mejor quedaba uno. Bienvenido ¿eh?, pero claro, no se puede tener una serie de miles de euros estancados para que luego a lo mejor no salga ninguno.

En cuanto a los FOMIT que presenta la Secretaría de Estado...

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Perdón, debe de ir acabando.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

*El señor Director General de Turismo (LAPETRA LÓPEZ):* Sí. En cuanto a los FOMIT pasa lo mismo. Ya lo saca la Secretaría de Estado. La Secretaría de Estado no dentro de sus competencias porque no las tiene, pero saca créditos subvencionados y de de hecho ahora estamos tramitando y desde la legislatura pasada, a último de la legislatura pasada, que a un recurso interpuesto por los gallegos intervienen las comunidades autónomas con informes. Hasta entonces lo hacía Madrid directamente con el sujeto al préstamo; es decir, con el hotelero, o con el restaurante o con quien fuera. Pero en este momento, en el último FOMIT que se presentaron solamente hubo uno. Esperemos que cumpla las características y todo lo que exige el FOMIT para que se pueda llevar a cabo y que al final se pueda beneficiar, porque eso es otra. Una vez dado si no se cumple las condiciones de FOMIT evidentemente desde la administración central lo eliminan.

Y como se me ha terminado el tiempo....perdón señor presidente.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor director. Al final aún tendrá unos minutos más.

A continuación pasamos al turno de los grupos parlamentarios. En primer lugar, por un tiempo máximo de cinco minutos tiene la palabra el representante del Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, señor Romero.

*El señor diputado ROMERO RODRÍGUEZ:* Muchas gracias, señor presidente.

En primer lugar, agradecer al grupo socialista que hayan hecho la solicitud de comparecencia al director general para hablar de turismo, y agradecerle como no al director general y a su equipo el que nos haya explicado detalladamente cuáles son las líneas de actuación de su dirección general y la estrategia sobre el turismo, algo que como sabemos preocupa mucho aquí en las Cortes de Aragón.

Dicho esto el Grupo de Izquierda Unida es muy consciente de la crisis que padecemos y que como consecuencia el sector del turismo está sufriendo los efectos devastadores de esta crisis. Y además el sector del turismo los está sufriendo de una forma si cabe mayor que otros sectores de la economía. No cabe duda que el turismo es importante para la comunidad de Aragón e incluso me atrevo a decir para algunas provincias como la provincia de Huesca es clave para su economía puesto que sustenta un porcentaje muy amplio de su producto interior bruto, y también para la provincia de Teruel. Lo es también para la de Zaragoza, pero en todo caso más para la de Huesca, luego para la de Teruel y como último la de Zaragoza.

Nos preocupa un grupo de cuestiones que nos gustaría pudiera darnos respuestas a cada una de ellas. La primera, es evidente que si las crisis se alarga este sector estamos viendo como poco a

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

poco está perdiendo fuelle, y nos atreveríamos a decir que estamos en un momento que merece la pena una reflexión para ver por donde somos capaces de encauzar la promoción, las infraestructuras, el apoyo al sector, a todos los agentes implicados, etcétera.

Nos preocupa que no se aprovechen por parte de la dirección general todos los recursos y herramientas que la propia administración de la comunidad autónoma pone a disposición como puede ser el aprovechamiento de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión para una mayor difusión de nuestros productos turísticos; como puede ser el Instituto Aragonés de Fomentos para seguir marcando líneas de apoyo especialmente al sector turístico; como puede ser la entidad pública aragonesa de servicios telemáticos para el aprovechamiento de cara al sector turístico de algo que es fundamental en el turismo como son los servicios telemáticos; como puede ser el aprovechamiento de sociedades como Aragón exterior, como la escuela de hostelería de Aragón o como todas las empresas públicas relacionadas con la nieve y el turismo como puede ser Dinópolis; y, evidentemente, hay una sociedad que la gestiona directamente el departamento que es la sociedad de promoción y gestión del turismo en Aragón, que es una sociedad anónima unipersonal; por lo tanto 100% del Gobierno de Aragón, que nos gustaría que nos detallara cuál es el papel que está jugando si en estos momentos hay que hacer una reestructuración de esa sociedad, o qué cuestiones innovadoras ha hecho con respecto al anterior gobierno en el sentido de nuevas políticas de innovación dentro del sector turístico.

Nos preocupa esto porque la sensación que nos da es que tenemos que administrar los escasos recursos —recursos que por nuestra parte siempre hemos defendido— y con una política diferente, especialmente una política fiscal, podría haber más recurso; pero dado que no existe esa política fiscal que pueda promover mayores recursos, hay que gestionar lo que hay. Y lo que hay hay que repartirlo y el turismo es algo más dentro de los sectores económicos de la comunidad de Aragón. Pero en los presupuestos recientes que se han presentado ustedes han visto como ha habido un recorte sustancial, y es evidente que cuando hay recursos eso evidentemente influye.

Se han presentado enmiendas desde la oposición, desde el grupo parlamentario nuestro hemos presentado bastantes relacionadas con mayor dotación para la sociedad de promoción y gestión del turismo, mayores subvenciones para la promoción turística, para el plan de modernización y mejora de calidad turística, para la recuperación patrimonial, para campañas publicitarias de turismo, para la elaboración de material y promoción turística, para inversiones en la red de hospedería... en fin, un grupo amplio de cuestiones que evidentemente no han sido atendidas. Y en ese sentido lo que nos gustaría es —habiendo menos presupuesto e intentando gestionar los recursos para lo cual se ha dotado— qué novedades están haciendo que permitan una mayor eficacia y eficiencia porque la sensación en el relato que nos ha hecho es una práctica

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

continuista de lo que ya se venía haciendo y no hemos visto cuestiones nuevas que podamos decir que son innovadoras.

Voy terminando.

Nos preocupa también que había planes muy interesantes como el programa de desarrollo rural sostenible que evidentemente al estar paralizado había un grupo de proyectos en cada una de las comarcas tendentes a potenciar el turismo, que ahora no lo tenemos y que hubieran venido de forma extraordinaria; y nos preocupa, sobre todo, la marca Aragón. Estoy convencido de que la marca Aragón es una buena marca, pero usted lo ha dicho: hay que ofertar, y no nos da la sensación que tengan prisa cuando en el debate de investidura ya se habló de este tema y llevamos nueve meses.

Si seguramente España promoviera una marca turística España y además fuera unida a un grupo de recortes —termino ya, señor presidente— seguramente en Aragón no estaríamos de acuerdo.

La sensación que nos está dando es que sobre este tema se está vendiendo humo y no se está aclarando qué va a ser la marca Aragón. Y nos gustaría que se concretara más porque si evidentemente la marca Aragón es una estrategia que al final lleva un grupo de recortes, creemos que esa no es la política ofertada después de todo el esfuerzo que se ha hecho de todas las instituciones para promocionar el turismo y, por lo tanto, nos gustaría que nos concretara un poco más. Nada más. Gracias.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor Romero.

A continuación por un tiempo máximo de cinco minutos, tiene la palabra el representante del Grupo Parlamentario de Chunta Aragonesista, señor Soro.

*El señor diputado SORO DOMINGO:* Muchas gracias, señor presidente. Señor director general, muchas gracias por sus explicaciones. Bienvenido a esta comisión a usted y a las personas que le acompañan.

Yo tengo, señor director general, la impresión de que esta comparecencia no tiene que ser muy cómoda en primer lugar porque viene usted a explicarnos cómo va a gestionar la miseria. Vemos que en los últimos presupuestos de la comunidad autónoma el turismo que debería ser una prioridad para el Gobierno de Aragón —nosotros lo tenemos clarísimo que debería ser una prioridad por su aportación al PIB, por la importancia que tiene en determinadas comarcas, en determinadas, incluso en determinados sectores de población—, y en estos presupuestos que ustedes aprobaron para el ejercicio del 2012 es la víctima. Ha habido un recorte brutal, un recorte del 43%



(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

en la dirección general que usted desempeña, en la Dirección General de Turismo entre el 2011 y el 2012 se ha pasado de diecinueve millones de euros a once y esto se suma a un recorte ya acumulado desde que se inició la crisis. Desde el año 2009 ha habido un recorte del 75%. Se va a invertir en este ejercicio el 25% de lo que estaba presupuestado en el 2009 pasamos de cuarenta y cinco millones de euros a once millones de euros.

Yo...me perdonará pero he visto los meses que llevan de gobierno y lo del más con menos no me lo creo, y veo que es muy difícil gestionar la miseria cuando es fundamental que haya un liderazgo público, un liderazgo de lo público para sectores estratégicos y sin duda para Aragón el turismo es uno de esos sectores estratégicos; así que, desgraciadamente, lo van a tener muy complicados para cumplir los objetivos que debería cumplir como dirección general en todo lo que usted ha estado explicando esta mañana.

Y en segundo lugar, ha tenido usted la mala suerte de que tenga que venir a comparecer justo cuando está a punto de finalizar el plazo de seis meses que todos acordamos en el mes de noviembre para que estuviera el plan estratégico de turismo. Decía usted en su dúplica, ha empezado usted diciendo que oyen a todos, “nosotros oímos a todos” decía usted —me parece muy bien, es su obligación, es lo que tienen que hacer—, pero sobre todo tienen que oír también a estar Cortes; por eso me preocupa que no esté el Plan Estratégico de Turismo en el plazo que queda, que quedan quince días. Ha dicho usted que estará en quince días, pues le anuncio que cuando acabe esta comisión registraré ya la solicitud de comparecencia de usted para que en quince días pueda venir a esta comisión a explicarnos ese Plan Estratégico de Turismo que, vista la enmienda que se ha planteado que debatiremos a continuación en otro punto del orden desde el Partido Aragonés, yo ¿qué quiere que le diga?

Tengo la impresión de que muy terminado no está el plan. No es una cuestión de creer o no creer, es una cuestión de que simplemente como le digo solicitaré la comparecencia, y así en quince días en la siguiente comisión tendrá su oportunidad de explicarnos el plan.

Y me preocupa porque como le digo se debatirá también una moción de Chunta Aragonésista. Nos preocupa mucho el turismo y la política sobre turismo en Aragón y se rechazará porque el Partido Aragonés y Partido Popular nos dirán que ya está el plan estratégico, para qué queremos hacer nada más. Y por eso nos preocupa porque al final es como el perro del hortelano, no conseguimos llevar a cabo las labores de impulso del gobierno de la oposición porque los grupos que aprueba al gobierno nos traen una iniciativa, todos de buena fe la apoyamos, sale por unanimidad y después es el tapón para no ir aprobando lo que se plantea, y tampoco permite a la oposición ejercer su actividad de impulso.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

Le quiero plantear muy brevemente alguna de las cuestiones que planteamos nosotros una moción para conocer su opinión. Hay una cuestión que nos preocupa muchísimo, además de la marca Aragón, marca única Aragón, en la que tienen nuestro más absoluto respaldo. Hace ya mucho tiempo que lo decimos desde Chunta Aragonesista y desde todos los partidos. Yo creo que ya va siendo hora de que la marca Aragón pase de los consensos, y del papel a la realidad, y finalmente sea una realidad porque será un instrumento sin duda esencial para el turismo y también para Aragón, que va a ser una cuestión que va a ser también muy compatible para Aragón como proyecto político no solo en cuestión de turismo.

Pero una cuestión que nos preocupa mucho es la calidad. Somos conscientes de que Aragón tiene que competir en calidad, que tenemos un potencial tremendo, que tenemos un potencial que debe basarse en la calidad, ¿qué planes tiene el Gobierno de Aragón en su dirección general para centrarse en la calidad, para que la calidad sea una seña de identidad de la oferta turística aragonesa.

Otra cuestión que nos preocupa muchísimo es la coordinación, la coordinación de las instituciones. Ha hablado usted de que se reúnen, que oyen, que tal. Mire, el turismo es posiblemente uno de los ámbitos en los que peor funciona la coordinación entre administraciones. Es uno de los ámbitos en los que más solapamientos hay, es uno de los ámbitos en los que más competencias impropias asumen las administraciones, es uno de los ámbitos en los que es absolutamente necesario introducir racionalidad, introducir sentido común y coordinar. No solo coordinar, sino que cada administración asuma las competencias que le son propias, eso que tanto les gusta a ustedes hablar de la eficiencia, etcétera, ¿qué piensan hacer para esto? Para conseguir que no haya solapamientos entre competencias, para conseguir que no se ejerzan competencias, para que cada administración se centre en lo que le corresponde y no en lo que le corresponde a otras administraciones.

Otro aspecto que nos preocupa mucho es la desestacionalización. Sabemos la importancia que tiene el turismo de nieve, sabe que no compartimos el modelo, el modelo en algunos aspectos del turismo de nieve; pero somos conscientes desde Chunta Aragonesista y defendemos la importancia por supuesto del turismo de nieve en Aragón, pero pensamos que hay que dar un paso decidido hacia la desestacionalización en todo el sector turístico pero muy especialmente en el sector. ¿Qué piensa hacerse ahí en este ámbito? Hay una cuestión...

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Debe ir terminando.

*El señor diputado SORO DOMINGO:* Termino ya, señor presidente.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

Otra cuestión que nos preocupa, ya sé que excede de sus competencias, lo sé; pero hay algo importantísimo respecto a la calidad, que es la formación de los trabajadores. Y ya le digo que en parte excede de su ámbito de competencia, ¿qué piensan hacer en el ámbito de la formación, en el ámbito de la calidad del empleo también de los miles de personas en Aragón que trabajan en el ámbito del turismo? Muchas gracias, señor presidente.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor Soro.

A continuación, por el Grupo Parlamentario del Partido Aragonés, señor Ruspira tiene la palabra por un tiempo máximo de cinco minutos.

*El señor diputado RUSPIRA MORRAJA:* Muchas gracias, señor presidente.

Buenos días, señor director, señor Lapetra.

A usted, por supuesto, darle la bienvenida a esta comisión, la de Economía y Empleo, su comisión, y a las personas que le acompañan de su equipo de trabajo, de la consejería.

Empezaré diciendo que toda la comparecencia suya a petición del Partido Socialista ha girado alrededor de una de sus tres líneas de trabajo, que es la de la promoción, y usted lógicamente y con habilidad, viendo las inquietudes del Partido Socialista, ha centrado todo alrededor de lo que es la promoción, lo cual ya nos agrada al Partido Aragonés, porque esto viene a subrayar unas palabras de su consejero y de nuestro consejero en las que decía que esta legislatura teníamos que profundizar mucho más en lo que era trabajar la promoción y coordinar la comercialización de la oferta turística más que lo que eran nuevas inversiones en infraestructuras turísticas, que es la justificación que puso encima de la mesa el consejero para explicar el recorte presupuestario para el ejercicio 2012, es decir, promoción mucho más relevante y más importante que no lo que eran nuevas inversiones en infraestructuras de actividades turísticas en nuestra Comunidad Autónoma de Aragón a través de recursos públicos.

Sí que me permitiré hacerle un par de preguntas porque esta intervención de cinco minutos breve... respecto no a promoción sino a otras dos líneas que usted tiene de actuación como es, primero, la de ordenación y regulación de las actividades turísticas.

Sabe usted que la Ley de Medidas Fiscales y Administrativas que acabamos de aprobar se ha tomado una decisión que creo que es relevante y me gustaría que usted la subrayara, que es la de sustituir el régimen de comunicación previa por declaración responsable, y eso lo que va a aportar es una agilidad administrativa muy importante al sector turístico.

¿Va a haber desarrollo en decreto en las próximas fechas respecto a esta decisión que, como se hace dentro de la Ley de Medidas Fiscales, puede haber pasado desapercibida? Y me dolería

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

como Partido Aragonés que este tema importante y relevante que fue aprobado en esa ley no se hiciera constancia. De ahí la pregunta de si se va a desarrollar mediante decreto.

En su segunda línea de actuación está la de gestión de infraestructuras turísticas. En esta segunda línea un par de preguntas, señor director. La primera: hemos oído hablar de la posibilidad de un cambio de modelo de gestión en la red de hospederías, ¿nos podría decir algo al respecto? ¿Se va a seguir en la misma línea de actuación o en la red de hospederías de nuestra comunidad autónoma puede haber algún cambio en las próximas fechas o a lo largo de esta legislatura?

Y, segundo, respecto al aeródromo de Santa Cilia, va a haber un campeonato mundial en este año, en verano. Sí que nos gustaría que pudiese comparecer en estas Cortes, en su comisión, y darnos explicaciones sobre los datos, actuaciones, presupuesto... Si no puede ser antes, porque parece que va a ser en el mes de agosto, pues a posteriori para conocer todo lo que ha conllevado el desarrollo de ese campeonato mundial y los resultados, ya que el Partido Socialista es tan resultadista al respecto, pues que nos comente lo que va a repercutir en la Comunidad Autónoma de Aragón una actividad de esas características y la puesta en valor de una infraestructura como es el aeródromo de Santa Cilia.

Metiéndonos en harina, en lo que respecta a lo que nos ocupa hoy en más profundidad, que es el de la promoción, mire, señor director, le están diciendo que no llega, no el plan estratégico. Nos hemos quedado con el plan estratégico... que yo sepa lo que aprobamos fue el plan diferencial de promoción turística de Aragón, vamos a dejar las cosas claras. Y esto se aprobó el día 3 de noviembre del año 2011 y, a enmienda presentada por el Partido Popular, que también habría que recordarlo, se le dio un plazo de seis meses con lo cual, si a este triste ingeniero no le fallan las cuentas, hasta el 3 de mayo hay tiempo para diseñar el Plan diferencial de promoción turística de Aragón, con lo cual no entiendo las prisas ni las urgencias al respecto.

Pero, dicho esto, usted ha dejado bien claro, meridianamente claro, que está prácticamente terminado y que lo presentará, por lo tanto desde este Partido Aragonés también le instamos, si me permite el verbo, a que cuando tengan ese plan diferencial de promoción turística diseñado y terminado vengan y nos lo expongan, y nos lo expliquen para que los partidos, especialmente de la oposición, puedan transmitir las inquietudes que estimen oportunas al respecto.

Me voy a permitir el lujo de ese documento, esa iniciativa parlamentaria que se aprobó, señor director, por unanimidad, y con enmiendas de Izquierda Unida, del Partido Socialista y del Partido Popular, a iniciativa presentada por el Partido Aragonés (con que fíjese si hubo actividad parlamentaria al respecto), le quiero subrayar brevemente las siete ideas clave que son las siguientes.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

La primera le diré que es... dice: análisis de marca e identificación de Aragón como destino turístico. Desde el Partido Aragonés entendemos que es importantísimo que tengamos una marca única sin perder el valor añadido de muchas de las submarcas que tenemos en Aragón. Como usted bien ha dicho: una marca única de la que puedan colgar submarcas. Nos parece que es importante y que esa marca única tiene que ser muy potente, como puede ser la marca Andalucía o la marca Murcia que se está desarrollando, por poner dos ejemplos en nuestro territorio nacional. Pero creo que Aragón necesita englobar todas las submarcas que tiene, que son muchas, desde el Valle de Tena a Pirineos, a nieve, etcétera... (fíjese que le pongo ejemplos desde lo local a lo más sectorial) y creo que es importante que se recoja bajo el paraguas de una marca única.

Segunda idea de promoción: mercados que generan turistas reales y potenciales. En mercados le voy a citar tres que consideramos muy importantes desde el Partido Aragonés. El primero, uno muy olvidado, que es el mercado interior aragonés. Creo que hay que trabajar mucho, mucho, dentro de Aragón. Se está trabajando en ferias, en viajes de familiarización, en traer periodistas de otras comunidades autónomas o incluso internacionales. Creo que tenemos un potencial todavía por desarrollar que es ser capaces de transmitir al aragonés que tiene mucho que visitar y que conocer turísticamente hablando en nuestra comunidad autónoma.

Luego estaría el mercado de proximidad: País Vasco, Navarra, Cataluña, Madrid, Valencia y sur de Francia, que también lo ha mencionado. Es donde deberíamos concentrar el esfuerzo directo de promoción para intentar atraer a turistas.

Y un tercero que sería el internacional dentro de Europa. Estamos hablando de Países Bajos, Bélgica, Italia, Alemania, Francia,... En el que habría aquí otro punto que añadir que es el de la logística.

Sabe usted la noticia de este fin de semana de la Diputación de Castellón, la conoce perfectamente. Tenemos la gran ventaja de tener acceso de muchas formas (excepto por mar, tierra y aire sí que lo tenemos) y habría que trabajar en ese sentido.

Tres ideas más, muy breves... Suscribo las palabras del portavoz de Chunta Aragonésista sobre la importancia...

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Vaya terminando, señor Ruspira.

*El señor diputado RUSPIRA MORRAJA:* Menos de treinta segundos, señor presidente.

... o la necesidad de coordinarnos institucionalmente.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

Ha habido una atomización de gestión turística propia e impropia que creo que tiene que cercenarse de manera inmediata en nuestra comunidad autónoma y allí sí que tiene que haber un liderazgo en esa promoción y en esa coordinación institucional desde su Dirección General.

No nos olvidemos de la formación de los recursos que trabajan en el tema del turismo en nuestra comunidad autónoma y, por último, debemos explotar algo que no ha salido hoy demasiado, ni siquiera de manera colateral, que es la accesibilidad de la información a través de los medios digitales y de las redes sociales. Creo que esta es una herramienta muy potente, el consumidor de turismo en estos momentos trabaja mucho a través de estos medios de información y creo que debemos de estar posicionados en el siglo XXI de una manera muy importante.

Señor director, siga trabajando. Continuismo o no continuismo el turismo es estratégico para nuestra comunidad autónoma. No ceje en su empeño, siga trabajando. Esperamos el plan diferencial de promoción turística con ansiedad y con avidez y espero que podamos aportar nuestro grano de arena para que el turismo siga siendo un sector importante al que me gustaría que añadiera cuál es la referencia del Producto Interior Bruto de este sector en el año 2011 si se tiene ese dato.

Nada más y muchas gracias.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor Ruspira.

Para finalizar tiene la palabra el Grupo Parlamentario Popular, señora Vallés, por un plazo de cinco minutos.

*La señora diputada VALLÉS CASES:* Gracias, señor presidente.

En primer lugar y en nombre del Grupo Popular también queremos darle la bienvenida al director general de Turismo y al personal del departamento que le acompaña, y agradecerle la información que nos ha suministrado a petición del Grupo Socialista sobre aquello que se ha realizado, sobre lo que se está realizando y las cuestiones que se han proyectado de cara a fomentar e impulsar el turismo como elemento dinamizador de la actividad económica en Aragón.

Y yo la verdad es que me gustaría que hubiera estado el portavoz del Partido Socialista porque, frente a la posición muy sombría que he visto del Grupo Socialista... hay que reconocer y no vamos a obviar que hay dificultades, hay dificultades económicas también en el sector turístico pero, frente a actuaciones o la atonía de algunas medidas, actualmente se está actuando y se está actuando de manera eficaz y yo podría decir que de manera lógica.

Y le diría al portavoz de Izquierda Unida que no se puede plantear, por un lado, incrementar los impuestos y, por otro, que haya más turistas; si a la persona se le quita la capacidad económica de viajar le puedo asegurar que cuando te aprietan el cinturón lo primero que quitas es el ocio y,

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

dentro del ocio, desgraciadamente, uno se encuentra con el turismo, y lo que no se puede es incrementar la presión fiscal para potenciar un turismo cuando realmente luego lo que faltarán son turistas.

Dicho esto, tampoco se puede plantear en los presupuestos incrementar la marca turismo, la promoción y todo a costa del empleo, e incrementar el empleo a costa del turismo, que vienen a ser las enmiendas que presentó Izquierda Unida.

Pero, dicho esto, como decía, no voy a incidir en la importancia del sector turístico, creo que todos la conocemos, tanto desde el punto de vista económico como en Aragón.

Yo reconocería el carácter también de asentamiento de la población en aquellas comarcas donde tenemos, por razones geográficas o por razones climatológicas la mayor dificultad para el desarrollo de otras actividades económicas es precisamente donde tenemos una mayor atracción turística, un mayor atractivo. Y tampoco podemos olvidar que Aragón está enmarcada dentro de lo que se denomina la España interior y en ello coincidimos en la necesidad de que, en el ámbito estatal se produzca una modificación de lo que podíamos decir la actuación del turismo a nivel español.

No nos podemos comparar con el turismo de sol y playa ni tampoco en pernoctaciones ni en actuación, de ahí nuestra media. Nos tenemos que comparar con otras comunidades en el ámbito de turismo interior y lo que hay que hacer es potenciar el turismo monumental, gastronómico o ambiental desde el punto de vista de la marca España, lo que creo y estamos convencidos de que se está trabajando como aquí nos ha dicho el director general.

Evidentemente, el comportamiento del turismo en Aragón depende mucho del comportamiento del turismo de interior de cualquier otra, como decía, comunidad autónoma de interior —no podemos equipararnos a las de sol-playa—, pero sí que es verdad que se ha producido un incremento, por lo menos de turistas extranjeros en lo que es en la provincia de Teruel, que es la que más conozco; también en la provincia de Zaragoza, y la disminución de Huesca —usted lo ha explicado— se debe mucho a razones de mala climatología.

En la comparecencia que nos manifestó el propio consejero de Economía y Empleo en su primera... en agosto, de las líneas estratégicas y consideró al turismo como un sector estratégico, nos marcó ya las líneas de actuación. Las ha ido perfilando en las diferentes interpelaciones que han tenido lugar, y lo manifestó en cuatro puntos fundamentales: por un lado, el modelo diferencial de promoción turística, con ese plan de promoción diferencial turística, del cual hablaré; la marca Aragón como un elemento no solamente en el que Aragón tenía que llevar a cabo... el Gobierno de Aragón el liderazgo en materia turística de la cual colgaran todas las promociones, sino también la posibilidad de que Aragón se hubiera identificado, no solamente en el ámbito turístico..., yo estoy

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

con usted que es necesario no improvisar las marcas, hay que trabajarlas, porque la marca Aragón no solo se tiene que vender turísticamente sino para cualquier producto que se produzca y tenga su origen en Aragón.

En tercer lugar, la necesidad de una mayor coordinación y hacer más eficientes las políticas de las distintas administraciones públicas, y también con la colaboración público-privada. Usted ha mencionado los convenios con las asociaciones turísticas de promoción, también con el Ayuntamiento de Zaragoza, con la comarcas, con las diputaciones provinciales, y por último, la necesidad de apoyar el emprendimiento en materia turística, como en cualquier otro sector; y aquí pues me uno a la pregunta del propio portavoz del Partido Aragonés respecto a qué medidas de desarrollo se han realizado respecto a la Ley de Medidas Administrativas y Fiscales de armonización, de agilización de procedimientos y de apoyo, como no, de medidas de apoyo y de fomento al propio emprendedor, como medidas de reactivación de este sector económico.

Yo creo que las actuaciones que usted nos ha mencionado se marcan mucho dentro de estas líneas de actuación, y en ese sentido creo que tampoco se puede plantear lo que algunos portavoces han comunicado, han planteado en su propia comparecencia, de que el Gobierno hace oídos sordos a las propuestas que se [.....?] de estas Cortes y que realmente tampoco se esté realizando nada con las propuestas en ellos planteados. Se habló, como decíamos, de un plan diferencial de promoción turística de Aragón que, como aquí se ha dicho, su plazo concluye el 3 de mayo; usted nos ha dicho que está muy adelantado.

En la segunda parte seguro que nos explica mucho más cuáles son los aspectos y en qué plazos se podría ampliar, pero compartimos claramente tanto su necesidad como los aspectos que usted planteaba de sus objetivos: diferenciación, que tiene que ver con la calidad de los servicios; especialización, que tiene que ver con la necesidad de que el turismo que nos venga sea un turismo de calidad —no solamente de calidad en lo que nosotros prestamos sino que también el turismo sea un turismo de calidad y que, por tanto, deje una mayor rentabilidad a la actividad turística, a la reducción... o que no seamos un turismo de masas—; el de personalización, que nos tiene que llevar a la segmentación de la propia promoción turística, que es una de las cuestiones que aquí se planteaban, y el de innovación, como la adecuación a la propia demanda, es decir, a las necesidades que actualmente nos está planteando.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Debe ir acabando, señora Vallés.

*La señora diputada VALLÉS CASES:* Voy terminando.



(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

Yo creo que hay cuestiones que usted ya nos ha dicho que realmente se contenían, como la promoción y como [...] nacional e internacional —nos ha hablado de ferias, de intercambios de visitas—, como la potenciación del consejo turístico, del Consejo de Turismo de Aragón, que es donde se está realizando la cooperación y participación, toda la reflexión, el estudio y la concreción de acciones, o también la introducción y profundización del ámbito de medios digitales y redes sociales, con los cuales se está realizando pues un acto de promoción *on-line*.

Nosotros, como ve, vemos que realmente existe una actuación por parte del propio gobierno. Ya le he planteado la necesidad que en la segunda, si nos pudiera ampliar un poco cómo va el proceso de elaboración de ese plan diferencial; y para terminar, simplemente reiterarle nuestro agradecimiento y nuestro apoyo al trabajo que se está realizando desde el Gobierno de Aragón en materia turística y ofrecerle o contar con el apoyo y el trabajo que se realiza también desde el Grupo del Partido Popular.

Muchas gracias.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señora Vallés.

Por último, y para dar contestación a las consultas planteadas, tiene, por un tiempo máximo de diez minutos, la palabra el señor director general.

*El señor director general de Turismo (LAPETRA LÓPEZ):* Gracias, presidente.

Señor portavoz de Izquierda Unida, decía usted que, con la crisis, el sector turístico es el sector que con mayor intensidad nota las consecuencias de ella. Yo no lo sé. Es posible. Puede ser. Lo que sí le diré que la provincia de Huesca, que evidentemente lleva el 47% del turismo de la Comunidad Autónoma, es en donde más se ha notado por dos razones: una porque es la más alta, evidentemente, pero otra es por las razones que he explicado ya en la primera intervención que he tenido. Entonces, sí que en la provincia de Huesca, evidentemente, se nota; es el 17% de nuestro PIB aragonés y, por consiguiente, las acciones a desarrollar dentro de la provincia de Huesca pues son ciertamente, digamos, de urgencia. Pero hay algunas que, por mucha urgencia que se tomara, no son posibles de efectuar. Si no nieva, no nieva. Y, como he dicho, en un turismo de masas como es el de la nieve, a pocos que fallen, en el tanto por cien evidentemente se nota mucho.

Si ven, sin embargo, los datos que ha habido, no en los últimos sino en acampadas, en apartamentos turísticos y en otras actividades de turismo que no tengan que ver nada con la nieve, no ha ido tan catastróficamente, dentro del catastrofismo que se pueda analizar con el de la nieve, que evidentemente no han sido unos buenos resultados.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

¿Apoyo al sector? Evidente. Claro que hay que apoyar el sector. Pero es que se viene haciendo y se seguirá haciendo. Yo no sé si habrá capacidad económica para poder hacer más del que se realiza, y se hace a través de las ayudas, como he dicho, a infraestructuras como de las ayudas directas a cada asociación, ayudas directas que se hacen desde la propia Dirección General en cuantías especificadas que, obviamente, van en su convenio, en su conveniación. Tienen que comprometerse a una serie de acciones que por parte de la Dirección General se les exige, tanto de funcionamiento de la propia asociación como de promoción del propio turismo, pero a través de la asociación. Es decir, que eso lo venimos haciendo y lo seguimos haciendo con este presupuesto nuevo, que pienso que en breve será ya cuando se materialicen esas cuantías, ¿no?

En cuanto a colaboración con otras instituciones, pues mire, le doy la razón. La Corporación de Radio y Televisión, pues quizá deberíamos colaborar más y que, evidente, se sacaran programas con respecto al turismo, pero la corporación, hoy por hoy, aunque sea propia del Gobierno de Aragón a nosotros nos trata igual. Quiero decir con eso que nosotros... tendría que llegarse a algunos acuerdos que económicamente fueran factibles. Pero sí que me parece bien. Es un buen apunte.

El fomento a través del Instituto Aragonés de Fomento, eso lo venimos haciendo —siempre se ha hecho— y en realidad hay cosas puramente turísticas que dependen del Instituto Aragonés de Fomento, como es Motorland, como es Dinópolis. Dinópolis en realidad no es todo Instituto Aragonés de Fomento, nosotros estamos detrás pero no totalmente, colaborando evidentemente sí porque son dos de los motores... Dinópolis es una de las sociedades que mejores resultados ha tenido en el pasado ejercicio.

Con el instituto telemático, por supuesto que sí. Sí, colaboramos, y en las medidas que se tienen que ir tomando, y paso a contestar luego también a usted, señor Ruspira, las redes sociales, todo lo que tenga que ver con las nuevas tecnologías tiene una importancia esencial puesto que el turismo hoy en día, aunque se sigue haciendo la contratación de forma tradicional, hay una cuestión tremendamente, tremendamente clara, que es que hoy se vende al turista directamente, o compra mucho turista directamente. Directamente quiere decir que no hay intermediarios, no hay ningún touroperador, no hay ninguna agencia, pero él lo hace siempre a través de estos medios telemáticos, y de eso somos conscientes para poderlo poner en marcha a través de Turismo de Aragón y dentro de las posibilidades que se tienen dentro de la propia dirección general, pero si no, a través de la sociedad Turismo de Aragón.

Aragón Exterior. Con Aragón Exterior, naturalmente; claro que se colabora. Siempre se ha colaborado. Es que además es de cajón. Una de las cuestiones fundamentales es ir a misiones en el exterior, y entre otras cuestiones, de la misma manera que se puede vender un determinado

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

producto como pueden ser maquinarias o como puede ser aceite, pues de la misma manera se puede vender turismo. Claro que sí, faltaría más.

La colaboración con las escuelas de hostelería, lo venimos haciendo constantemente. Es el primer año, pero por razones que ellos no nos han determinado, quizá de calendarios o de agendas de ellos.... Siempre hemos colaborado con la Escuela de Turismo de Teruel en cuanto a hacer la gastronomía en Fitur, y la de Huesca lo mismo. Este año no se ha contando con ellos previamente nos han marcado su imposibilidad. Pero eso no quiere decir que no se siga en contacto constantemente. De hecho, a nuestras ferias... tenemos un convenio con la Escuela de Hostelería de Zaragoza, que nos manda..., perdón, de Hostelería no, de Turismo de Zaragoza, que nos manda a sus estudiantes para que hagan de azafatas. Es decir, que tanto con los de hostelería como los de turismo se tiene contacto y colaboración permanente.

En cuando a lo que me dice de los presupuestos, pues sí, yo, qué le voy a decir. Claro que a mí me gustaría que fueran los de hace... los del año de la Expo me gustarían, evidentemente, pero las circunstancias son las que son, la tesorería es la que es y el presupuesto común de toda la Comunidad Autónoma es la que es. Y, evidentemente, el Consejo de Gobierno ha entendido que puede prescindir más, en un tanto por ciento mayor, elevado, del turismo que de otras acciones o de otros departamentos, y yo no tengo que hacer más que respetarlo. Puedo tener mis propias opiniones al respecto, como las tiene usted, pero, evidentemente, razones suficientes tendrán para una cosa que es evidente, que hay que hacer promoción turística, hay que vender, se pueda en algún momento tener menos capacidad, pero no puedo acceder yo a poderlo determinar.

En calidad turística..., calidad turística es una de las piezas fundamentales en la venta del turismo. La calidad turística ya... si el producto es bueno y lo pones en valor y luego no se consigue el que se mantenga esa calidad, es absurdo porque no volverán. La razón de fidelizar el turismo es la calidad, y la calidad no solamente es el que esté muy bien determinado un descenso de barrancos o una casa rural bien equipada, incluso con Internet, o que esté los senderos muy bien marcados, o que haya una agencia así o *asá*. Hay una cosa que es fundamental y que yo la digo en cuanto puedo, que es la calidad humana, la amabilidad. Lo fundamental para atender al que nos visita es ser amable, ser complaciente, y no solamente el que tiene directa ascendencia o directo contacto con el turista, sino todos los entornos; desde un taxista hasta un vendedor de un quiosco tiene que decir que lo nuestro es lo mejor. Son los mejores prescriptores, y la prescripción, los prescriptores, es una de las razones fundamentales de la promoción turística. Por tanto, estoy de acuerdo. Y desde el punto de calidad propiamente dicha, a través de Turespaña se tienen contactos y se tienen convenios de colaboración, y hay cantidades determinadas para que puedan acceder los del sector para poderles dar la «Q de Calidad» que muchas veces es tan deseada por ellos, ¿no?

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

Y, por último, le diría que lo de la marca... lo he dicho en la primera intervención y lo vuelvo a repetir, y aprovecho para decir: el plan diferencial del producto turístico aragonés sí estará. Lo que yo no me comprometo a que esté es la marca, por las razones que he dicho. Las marcas no se pueden improvisar. Llevo aproximadamente cuatro años en la Dirección General; ha habido varios intentos de crear la marca, que es indispensable, pero se tiene que dar plenamente en la diana. Como no se dé en la diana, será perder el tiempo y perder prestigio. Y luego, una vez que se saque, eso sí, allí sí que espero que haya una sensibilidad especial para que se pueda lanzar con fuerza para que se mantenga en el mercado, y eso, naturalmente, no depende solo de mí.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Debe ir acabando, señor director general.

*El señor director general de Turismo (LAPETRA LÓPEZ):* Pues bueno... ya.

Perdone.

Señor Soro, por supuesto que me gustaría, vuelvo a reiterarme,... de cuarenta y cinco millones, seguir en ello y no seguir en once; pero vuelvo a decir lo mismo en cuanto al plan estratégico y la marca, acabo de contestar lo mismo: la calidad y la desestacionalización es una de las cuestiones fundamentales, no de nuestro turismo —ya sé que me dirá: «estamos hablando del suyo, del de Aragón», no del suyo, del nuestro, del de Aragón—; es el caballo de batalla absolutamente de todas las comunidades autónomas y de todos los países, el que tengamos los trescientos sesenta y cinco días del año material y producto turístico suficiente para poder atraer y para poder vender. De esos somos conscientes. ¿Cómo se hace? Pues muchas veces sacando de no hay, sacando de donde no hay y tratando de poner en valor cosas que a los mejor el ciudadano medio no las considera turísticas pero que en un momento determinado, si hay acceso por parte de otros y las demandan, el hacerlo. La cuestión es que, como usted muy bien dice, haya venta turística, haya acceso al turismo durante los trescientos sesenta y cinco días del año. Sería lo ideal, pero bueno, vamos a poner al menos tres cuartas partes. Pero estoy de acuerdo.

Señor Ruspira, lleva razón. La Dirección General de Turismo no solamente son cuestiones de promoción; son otras cuestiones. Y me ha señalado la de medidas fiscales y administrativas —ciertamente que se aprobó hace escasamente un mes—, y todo eso conlleva una cuestión que es la reforma de la Ley de Turismo. La Ley de Turismo, que se aprobó a últimos de la legislatura pasada, venía determinada por una directiva europea, y después también de consensuar con todo el sector y con informes y añadir más opiniones y tal se logró sacar esta Ley de Turismo, promulgar esta Ley de Turismo que ahora ha sido modificada en cuanto a una parte muy sustantiva de cara al sector, es decir, al hotelero, al que pretende instalar un negocio turístico, que antes era [.....?]. Por resumirlo,

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

ahora simplemente con la declaración de que tiene ese negocio y que lo califica él mismo en «tantas» estrellas o que tiene estas determinadas características puede ponerlo en marcha. Eso sí, por supuesto con las prescripciones de ayuntamiento y tal, que son ajenas a lo que es turismo. Turismo no decimos absolutamente nada. Luego, por supuesto, es susceptible de comprobar vía inspección, ¿no?

Pero hay más actividades en legislativas como es la elaboración del texto refundido, que precisamente esta mañana he firmado para que lo conozcan los demás departamentos. Hay una serie de leyes a lo largo de todos estos años que bien se tienen que recopilar en un texto refundido, y es urgente el hacerlo.

Por otro lado, hay un desarrollo reglamentario que...

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Debe de ir terminando, señor director general.

*El señor director general de Turismo (LAPETRA LÓPEZ):*...sí..., pues el de senderos y el de apartamentos turísticos. El de senderos está prácticamente para llevar al Gobierno. El de apartamentos turísticos tenemos que redactarlo y consensuarlo puesto que proviene de leyes, vamos, concretamente de una ley de apartamentos turísticos a nivel del país, a nivel de España, y entonces lo tenemos que adaptar a la singularidad de los nuestros.

Señora portavoz del Partido Popular, estoy de acuerdo con lo que usted ha dicho. Le doy las gracias por su intervención, y ese plan diferenciador al cual le hemos hecho tanta alusión y que fue solicitado por esta cámara, esperemos que por parte del Departamento, que se presente en breves fechas. Yo desconozco exactamente cuándo pero la verdad es que puede ser, salvo la marca. Insisto, la marca es una cosa para determinarla muy concienzudamente.

Si necesitan alguna aclaración más y el presidente lo permite seguiría, pero si no, muchas gracias por todo, por la actitud de todos ustedes y sus intervenciones, y hasta que ustedes lo estimen conveniente.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* No se preocupe, señor Lapetra, y a la vista de las intervenciones que ha habido estoy convencido de que vamos a verle por aquí en diversas ocasiones, y tendrá ocasión de ampliar su interesante exposición. Muchas gracias.

Suspendemos la sesión durante dos minutos para despedir al consejero y luego retomaremos la misma.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

*«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 (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, retomamos, reanudamos la sesión con el debate y votación del informe de la ponencia del proyecto de ley de medidas urgentes de racionalización del sector público empresarial.

*[Los debates de informes de ponencia no son objeto de publicación en el Diario de Sesiones.]*

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* A continuación pasamos al siguiente punto del orden del día: debate y votación de la moción número 17/12, dimanante de la interpelación número 24/12, relativa a la política turística, presentada por el Grupo Parlamentario Chunta Aragonesista. Para su presentación y defensa tiene la palabra el representante del Grupo Parlamentario Chunta Aragonesista, señor Soro, por un tiempo máximo de cinco minutos.

*El señor diputado SORO DOMINGO:* Gracias, señor presidente.

Hace un año, en abril de 2011, fue presentado un estudio elaborado por la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Huesca por encargo de las cámaras aragonesas, un estudio que creo que debería ser muy tenido en cuenta por la Administración, por el Gobierno de Aragón; un estudio bajo el título *Análisis, Diagnóstico y Propuestas de mejora del Turismo en Aragón: del Turismo como Riesgo a la oportunidad de un Turismo Sostenible*. Creo que sería muy bueno que se tomara como guía, como análisis, este estudio, y que se tuvieran muy en cuenta las propuestas que se plantean en el mismo.

Me voy a centrar en un aspecto muy interesante del estudio. Después de un concienzudo análisis de la situación llegan a detectar cuáles son las principales debilidades y problemas del turismo en Aragón. La primera de estas debilidades que se señala es la gastronomía; se plantea que está poco atendida. La segunda es algo que me gustaría destacar muy especialmente; estamos a una semana de celebrar el día de Aragón, el día 23 de abril. La segunda de las debilidades que se señalan en este estudio —y lo que leo no lo ha redactado Chunta Aragonesista; lo ha redactado la Escuela Universitaria de Huesca— es la baja autoestima o infravaloración de lo aragonés, y se añade que la no valoración de lo propio, la falta de una identidad aragonesa orgullosa de serlo hace que una buena falta de su potencial duerma en el desconocimiento y en el olvido cuando no en el desprecio. Quiero destacar la importancia de recuperar la valoración de lo propio, de poner en valor nuestra propia identidad, y creo que es un buen momento para destacar lo que incluso en lo que se refiere al turismo, la falta de concienciación, la falta de una identidad nacional en Aragón es una cuestión negativa.

En tercer lugar, se plantea como debilidad el intrusismo. En cuarto lugar, la falta de tradición jurídica. Se plantea también que la nieve no es suficiente como atractivo para todo

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

Aragón, que hay que pensar en otras opciones turísticas; en definitiva, se plantea la diversificación. Se plantea también como debilidad la inversión en marca. Se afirma que el fenómeno de marca, o si se quiere, la identificación de Aragón con un término o con una imagen, se erige más que como una conveniencia como una necesidad, se dice en el informe.

También, como la siguiente de las debilidades, se señala la falta de coordinación. Se destaca cómo están las tres administraciones —autonómica, comarcal y local— haciéndose la competencia, se dice, con escasa eficacia y triplicación de gastos; y que de otra parte se añade también... está la iniciativa privada, que hace también la competencia, y no se establecen criterios de prioridades. Se plantea como otra de las debilidades la estacionalidad de los negocios, lo que plantea gran incertidumbre de otras cuestiones, por ejemplo como la falta de diversificación.

En definitiva, se señala en este informe un decálogo —se llama *Decálogo a mejorar desde la perspectiva de quienes organizan y gestionan el turismo en Aragón*—, y se señala en este decálogo estos diez principios que acabo de mencionar: la gastronomía y hospitalidad, la baja autoestima o infravaloración de lo aragonés, el intrusismo, la falta de tradición jurídica, Pirineo incluso sin nieve, falta de promoción e inversión en una marca única y eslogan atractivo, falta de coordinación pública y privada, estacionalidad de los negocios, falta de espíritu comercial, falta de diversificación.

Señoría, creo que sería bueno que hiciéramos caso de estos estudios cuando se elaboran, estudios de calidad que pueden servir de guía para impulsar, para orientar las políticas públicas. Precisamente para conseguir alcanzar los objetivos de contrarrestar estas debilidades del sector turístico aragonés es por lo que se plantea la moción que ahora se debate. Una moción en la que planteamos que se elabore en un plazo de cuatro meses, y mediante un proceso participativo, en el que se determine por el Gobierno de Aragón pero en el que intervengan todos los colectivos y sectores implicados, un programa estratégico del turismo aragonés. A mí me habría gustado llamarlo plan, pero en esta comisión ya sabemos que cuando la oposición llamamos a algo plan no se aprueba; cuando viene de los grupos que apoyan al Gobierno, sí, no hay ningún problema. Lo hemos llamado programa estratégico del turismo aragonés; planteamos un programa de carácter plurianual con medidas concretas, evaluables y con dotación presupuestaria desde el 2012 dirigidas a conseguir algunos objetivos concretos. No son estos todos; se plantea entre algunos promover la marca única de Aragón. Es necesario. Claro que hay que acertar, pero es necesario ponerla en marcha ya, cuanto antes.

Es una prioridad apostar decididamente por la calidad de la oferta turística, calidad desde criterios de sostenibilidad económica, social y medioambiental. En tercer lugar, coordinar la actuación de todas las administraciones evitando solapamientos y el ejercicio de competencias

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

impropias; sin duda es uno de los grandes problemas que se plantean en el ejercicio de las políticas públicas de turismo la coordinación de las administraciones, pero sobre todo evitar solapamientos y ejercicio de competencias impropias. En cuarto lugar, fomentar la desestacionalización de la oferta turística. En quinto lugar, potenciar determinados sectores, y sin ánimo exhaustivo se citan cuatro: el rural, el turismo cultural, el turismo verde y el turismo industrial.

Y, por último, algo que nos parece esencial desde Chunta Aragonesista y que debería contener este programa es el impulso de la formación de los trabajadores y trabajadoras del sector turístico. Formación pero además también la calidad y la estabilidad del empleo.

Esto es lo que se plantea en esta iniciativa. Somos conscientes de que en noviembre del año pasado por el Pleno se aprobó una proposición no de ley en la que se planteaba que se aprobara un plan diferencial de promoción turística de Aragón. El plazo de seis meses vence dentro de quince días, ya veremos qué ocurre, ya he adelantado que vamos a pedir la comparecencia ya del director general para que nos lo explique y ha dicho que estará en quince días. Veremos si está en quince días.

Y además quiero destacar, señorías, que no es exactamente lo mismo lo que se planteaba en aquel plan diferencial de promoción turística de Aragón que lo que se plantea en este programa estratégico del turismo aragonés. En todo caso, como digo, dado que partimos de que no estará el plan, yo creo que será una buena ocasión para impulsar nuevamente con este programa que planteamos con objetivos diferentes.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor Soro.

Se han presentado enmiendas a esta moción. En primer lugar, para la defensa de la enmienda, tiene la palabra el Grupo Parlamentario del Partido Aragonés, señor Ruspira, por un tiempo de cinco minutos.

*El señor diputado RUSPIRA MORRAJA:* Muchas gracias, señor presidente.

Buenos días de nuevo.

Efectivamente, hemos presentado una enmienda idéntica a la que se presentó la semana pasada en la sesión plenaria a una moción del Partido Socialista que, desde nuestro modesto punto de vista, buscaba el mismo objetivo que la que hoy presenta Chunta Aragonesista en esta comisión. Con lo cual, con remitirnos al debate que se produjo la semana pasada por mi compañero, señor Peribáñez, sería más que suficiente para explicar la enmienda que aquí se presenta.

Pero, como no quiero que se entienda, evidentemente, una descortesía parlamentaria, voy a profundizar un poquito más en lo que representa la moción, cotejándola con la proposición no de



(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

ley que ya se ha mencionado en este debate y en la comparecencia anterior del director general de Carreteras, que es la proposición no de ley que se aprobó en la sesión plenaria del día 3 de noviembre de 2011.

Si me ciño a su moción, señor Soro, y evidentemente haciendo un resumen de la misma, faltaría más. Los datos importantes: plazo máximo de cuatro meses, la nuestra seis meses termina el 3 de mayo de 2012, con lo cual llegará antes.

Segunda idea, proceso participativo. En el sexto criterio que se aprobó por unanimidad y con la colaboración y participación de todos los grupos, papel de las administraciones y el sector empresarial, y potenciación del Consejo de Turismo como plataforma de coordinación.

El programa que usted determina estratégico de turismo para evitar el concepto plan me parece bien, de carácter plurianual. No todos los programas de carácter plurianual se convierten en un plan. Sabe usted que el Plan diferencial de promoción turística va a tener una plurianualidad al menos de los cuatro años de esta legislatura.

Respecto a la dotación presupuestaria suficiente que hace mención, en el décimo criterio (recursos económicos con nuevos disponibles a lo largo del tiempo y financiación del plan). Promover la marca única Aragón en el quinto criterio, análisis de marca e identificación de Aragón como destino turístico. Apuesta por la calidad y la sostenibilidad económica, social y medioambiental. A enmienda de Izquierda Unida se incorporó asumir el concepto de sostenibilidad y vertebración territorial en las actuaciones a desarrollar en la que se aprobó en el mes de noviembre pasado.

Coordinación de las actuaciones de todas las administraciones. Le he leído el sexto criterio y es fundamental la coordinación institucional y está como base y subyace en toda la proposición no de ley que se aprobó en el mes de noviembre pasado.

Fomento de la estacionalización y la diversificación, que añade a través de enmienda Izquierda Unida. Si analizamos la situación actual de la oferta y la demanda y tenemos que analizar los subsectores de especialización, puntos 1 y 2 aprobados en proposición no de ley, está claro que también está incorporado ese concepto dentro de ese planteamiento de análisis, como además ha ratificado el director general de Turismo en su comparecencia hace unos pocos minutos.

Potenciación de una serie de sectores, como el turismo rural, cultural, verde, industrial o —añadimos— el deportivo y de aventura Izquierda Unida y yo añadiría el religioso, el gastronómico, el ornitológico...

Segmentación de la oferta, según los posibles mercados, y análisis de subsectores de especialización, puntos tercero y segundo de la proposición no de ley aprobada en noviembre pasado.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

Impulso de la formación de los trabajadores y trabajadoras del sector turístico.

El punto octavo, actuaciones de formación y cualificación del capital humano, así como definición de perfiles de acogida en destino.

Y, por último, la referencia a la calidad y la estabilidad del empleo, al párrafo que se incorporó tras enmienda del Izquierda Unida —y lo subrayo— consolidación del turismo como estrategia de desarrollo, creación y mantenimiento de empleo y de calidad, está explícitamente reflejado en la proposición no de ley que se aprobó, como digo, el 3 de noviembre de 2011.

Sencillamente creo que las prisas no son buenas compañeras en un sector estratégico como es el turismo y, entendiendo que a principios de mayo el plan diferencial de promoción turística de Aragón va a ser presentado en estas Cortes, tal y como nos ha informado el director general de Turismo, creo que tanto la moción del Partido Socialista la pasada sesión plenaria como esta moción hoy en el Consejo de Economía y Empleo son, si me permiten el adjetivo, aceleradas y, por supuesto, si nos aceptan la enmienda que deja clara la consolidación de una proposición, una iniciativa parlamentaria que se aprobó por unanimidad en las Cortes de Aragón hace tan poco como cinco meses atrás, creo que sería más que suficiente para transmitir por parte de todos la importancia de este sector, como digo para todos los grupos parlamentarios.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor Ruspira.

Hay dos enmiendas presentadas por el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida. Para su defensa tiene la palabra el señor Romero por un tiempo de cinco minutos.

*El señor diputado ROMERO RODRÍGUEZ:* Muchas gracias, señor presidente.

El Grupo Parlamentario de Izquierda Unida va a apoyar la moción presentada por Chunta Aragonesista. Ya lo hizo así también con la del Partido Socialista que debatimos en el Pleno pasado.

Nos parece que las inquietudes de la oposición con respecto al turismo deben de recogerse, no hay que encorsetarse simplemente en el impulso desde las Cortes al propio Gobierno por parte de los partidos del Gobierno y, por lo tanto, la vamos a apoyar.

Hemos tratado de, a nuestro criterio, mejorarla. La enmienda que habla del punto 4 y del punto 5 es cierto, se puede hablar de muchas más modalidades de turismo, pero hemos incorporado el deportivo y el de aventura porque realmente sí que tiene una repercusión importante y al mismo tiempo hablamos de la diversificación de la actividad turística en el punto 4 que nos parece que, además de fomentar la desestacionalización, es importante diversificar porque hay mucha concentración en algunas cuestiones, especialmente en lo relacionado con la nieve, que compartimos pero hay cuestiones en las que no estamos de acuerdo.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

Dicho eso, la enmienda a nuestro criterio principal es la del punto 1. creemos que promover la marca única Aragón no solamente tiene que ser la única, sino que tiene que ser la marca Aragón, y tiene que ser como una estrategia, la estrategia principal del Gobierno de Aragón, para fomentar el turismo en la comunidad de Aragón.

Lo hemos tratado de explicar antes pero lo voy a hacer muy rápidamente: si mañana el Estado plantea sacar una marca única, la marca España, y en esa marca única los aragoneses o Aragón ve que puede quedar dispersa lo que puede ser la promoción del turismo de Aragón, seguramente no estaríamos muy de acuerdo.

Ocurre lo mismo con ayuntamientos, comarcas, diputaciones y otras instituciones que han trabajado mucho durante muchos años, durante décadas, que se ha consolidado el turismo en base también a la actividad que han desarrollado estas instituciones y, por lo tanto, no podemos entrar solamente en Aragón en el sentido de que Aragón lo compone el conjunto de las tres provincias, de sus comarcas y de sus municipios y, por lo tanto, entendemos que debe ser una estrategia, la principal, pero no necesariamente la única.

Anunciamos —parece que solo quedaba el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida— que también pediremos la comparecencia del director general de Turismo, en esta ocasión, como ha dicho, que no se atreve a dar plazo y que hay que elaborarlo lentamente. Sí que anunciamos que pediremos la comparecencia para que, en el desarrollo de este ejercicio, el ejercicio de 2012, pueda comparecer y nos explique con más detenimiento cómo va el desarrollo de la potenciación de esa marca, la marca Aragón.

Sigo insistiendo en que al final son importantes los recursos. Creo que me interpretó mal la portavoz del Grupo Popular cuando decía que es necesaria una política fiscal diferente.

La política fiscal que plantea nuestro grupo es una política fiscal donde casualmente aquellas rentas altas se las pueda gravar más, que seguramente en el disfrute de esas rentas no van a tener dificultad para seguir disfrutando del turismo y, en todo caso, para que las rentas bajas no tengan que pagar tanto y seguramente tengan algo más de posibilidad de poder invertir en turismo. Ese era el objetivo y, si me he explicado mal, corrijo ahora porque me ha dado esa sensación.

Y, para terminar, decir que plantearemos una iniciativa que creemos que puede ser positiva y es, al igual que cuando hablamos del Inaem hay un plan estratégico que cada legislatura se renueva, cuando hablamos de la AESPA o ahora el AFE, hablamos de un acuerdo social que todas las legislaturas se renueva, creemos que debería de existir un plan estratégico turístico que se debe de renovar cada legislatura, porque lo que nos hubiera gustado es que ni tan siquiera Chunta, ni PSOE, ni PAR, hubieran tenido que presentar estas iniciativas porque ya hubiera un plan estratégico que desde el primer día de comienzo de la legislatura se desarrollara. Y, por lo tanto, como no existe,

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

nos han parecido oportunas las tres iniciativas, y por eso las hemos apoyado, tanto la del PAR como la de CHA como la del PSOE, y en todo caso plantearé una iniciativa para que esto sea una práctica habitual y al comienzo de legislatura se renueve un plan estratégico de turismo.

Nada más.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor Romero.

A continuación, señor García Madrigal, tiene la palabra, por los grupos no enmendantes, por un tiempo de cinco minutos.

*El señor diputado GARCÍA MADRIGAL:* Gracias, señor presidente.

Con mucha tranquilidad y mucha serenidad, parece que la marca Aragón fue una ocurrencia, de un éxtasis, cuando se estaban produciendo los nombramientos del nuevo gobierno, y absolutamente contritos, pues alguien sugirió que se hiciera la marca Aragón, y ahora está empantanada. Y ahora está empantanada, porque la hemos venido recordando sistemáticamente; y si repasamos los diarios de sesiones, la hemos requerido siempre. Pero bueno, la hemos requerido porque era un programa original de quienes gobernaban. Y ahora resulta como que se nos vuelve a nosotros en contra después de que venimos requiriendo algo que se prometió de origen un día del mes de agosto.

Bien. Vamos a ver cómo se avanza en ese materia, porque lo que aquí vemos es que parece que la proposición no de ley que aprobamos es como un cofre de siete llaves que no puede abrir, cuando yo entendí, dentro de mis entendederas, que se incorporaron una serie de enmiendas y se hizo un perfeccionamiento de la propuesta de origen para que nos sintiéramos todos concernidos. Y, bueno, de esa proposición no de ley nos sentíamos todos concernidos. No comparto que, respecto de esa proposición no de ley en donde todos estábamos concernidos, y la gracia fue que de modo centrado se incorporó a todo el mundo, pues no entiendo por qué antes de que salga del horno el plan diferencial no puedan incorporarse algunas cosas más. No lo comparto y por eso votaré que sí, a favor de esta moción. Ni comparto tampoco que un programa que se haga o un planteamiento que se haga tenga que ser una profecía que se autocumple, porque tiene que realimentarse en función de las cuestiones que se planteen.

En definitiva, ya hemos venido nosotros insistiendo que hay que perfeccionar en lo posible con nuevas ideas, y nuevas ideas que no quiere decir que no sea listo el Gobierno; quiere decir que han sobrevenido nuevas circunstancias que hay que realimentar. Y, desde ese punto de vista, no supone ningún tipo de desautorización, sino de refuerzo. Por tanto, entendemos que las cosas que

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

aquí se indican, aunque en algún caso sean redundantes, bueno, pues merece la pena que pudieran ser subsumidas, y, en consecuencia, votaremos favorablemente.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor García Madrigal.

Para finalizar, Grupo Parlamentario Popular, señor Solana, por un tiempo máximo de cinco minutos.

*El señor diputado SOLANA SORRIBAS:* Muchas gracias, señor presidente.

Señor Soro, le digo con total sinceridad y con total respeto que yo esperaba que retirara su moción hoy, después de lo que debatimos en el Pleno pasado sobre este asunto, después de la comparecencia del director general explicando lo que se estaba trabajando en la Dirección General y después de las innumerables veces que hemos debatido sobre este asunto reiterativo y sobre los mismos temas, aunque usted diga que no. Dice que estaba esperando que nosotros rechazáramos la propuesta, la moción con la excusa de que se está elaborando el plan. Rechazaremos la propuesta a la moción si no se acepta la enmienda del Partido Aragonés, no porque ya se está elaborando el plan, sino porque el plan recoge todas y absolutamente todas las propuestas que ustedes hacen y que se hicieron también en la moción que se presentó en el pasado Pleno.

No quiero ser reiterativo. Como hemos hablado tanto, al final conseguiremos que nuestros compañeros se aprendan de memoria las mociones que se han presentado de turismo, pero ya lo ha explicado el señor Ruspira que en la moción que aprobamos por unanimidad donde a propuesta del Partido Aragonés además se aceptaron la mayoría de las enmiendas de los partidos, se recoge toda esta serie de propuestas que están ustedes haciendo. Y además, como recoge la enmienda que se presenta, la propuesta presentada acababa diciendo: «tendrán como prioridad la consolidación del turismo como estrategia de desarrollo, la creación y mantenimiento de empleo de calidad y asumir el concepto de sostenibilidad y vertebración territorial en las actuaciones a desarrollar». Todo esto lo recogíamos ya en la propuesta no de ley del PAR que recogió la mayoría de las enmiendas.

Me sorprende que se insista constantemente en decir que no se aceptan las propuestas de la oposición, que no se recogen en el plan diferencial todas las propuestas de la oposición cuando no es cierto. Se recogieron y se van a contemplar. Y le recuerdo que estamos hablando de un plan diferencial, y estamos debatiendo sobre un plan diferencial porque va a haber un plan diferencial, cosa que hasta este momento, hasta esta legislatura no había habido. El gobierno actual se ha comprometido; desde la Dirección General y desde la Consejería se comprometieron a que hubiera un plan y en ello se está trabajando, y además se están cumpliendo estrictamente los plazos a los

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

que la Consejería se había comprometido, que eran los seis meses, los meses que nosotros propusimos.

Por otro lado, el asunto de la unidad de marca de Aragón. Me sorprende enormemente también el *forofismo* con el que defiende ahora la unidad de marca de Aragón el Partido Socialista y el señor García Madrigal, que yo no sé si estaba en la pasada legislatura; pero el Partido Popular presentó una moción, la 117/09, precisamente y exclusivamente pidiendo una unidad de marca de Aragón, y precisamente lo que se dijo en aquella sesión donde se debatió esta propuesta no de ley del Partido Popular pidiendo la unidad de marca, este mes exactamente hace tres años, la señora Sánchez Pérez, que yo creo que era, y sigue siendo, perteneciente al Grupo Socialista, la señora Sánchez Pérez dijo que iban a votar en contra: «vamos a votar en contra, pero no lo vamos a votar en contra, señor Lafuente» —nuestro portavoz— «porque la presente su partido, sino que la vamos a votar en contra porque creemos que presentar esta iniciativa es no tener en cuenta la realidad y las posibilidades turísticas y la potencialidad de nuestro territorio. No creemos que sea necesaria esta iniciativa por lo que decía, porque lo que estamos haciendo es sumar, no dividir recursos y porque estamos convencidos de que ya existe una marca de Aragón, que cuando vendemos territorio, territorio comarcal, se está vendiendo bajo la marca de Aragón, y es normal que se haga de esta manera». Por lo tanto, lo que ustedes hace tres años decían que no hacía falta, ahora resulta que es la panacea de la salvación del turismo de Aragón.

Nosotros, si no se acepta la moción del Partido Aragonés, que va encaminada a esperar a que se presente el plan, pues rechazaremos la propuesta de Chunta Aragonésista.

Gracias.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor Solana.

El grupo proponente, el portavoz tiene la palabra para fijar su postura en relación con las enmiendas.

*El señor diputado SORO DOMINGO:* Gracias, señor presidente.

No se a aceptar la enmienda del Partido Aragonés. Son cuestiones diferentes lo que estamos planteando. En todo caso, como explicaré después, precisamente después de oír al consejero, después de oír al director general hoy, creo que es cuando más justificado está mantener en sus propios términos la iniciativa que ahora se va a rechazar, tras los anuncios que han hecho.

Sí que vamos a aceptar las enmiendas de Izquierda Unida. En cuanto a la primera de las enmiendas que plantea dejar claro que la marca Aragón es la estrategia principal del Gobierno de Aragón para fomentar el turismo. Entiendo que dentro del planteamiento que hace Chunta

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

Aragonesista de que de ahí deben colgar el resto de estrategias, en esos términos creo que no hay problema en aceptarla en aras del consenso. Y aceptamos también la segunda enmienda, que plantea dos modificaciones: añadir la diversificación además de la desestacionalización, una cuestión en la que estamos completamente de acuerdo, y dentro de determinados sectores, que a modo de ejemplo citamos en el punto quinto añadir el turismo deportivo, el turismo de aventura, como otros que podían estar; tampoco hay ningún inconveniente en aceptarla. Así, señor presidente, que aceptamos las dos enmiendas de Izquierda Unida, que plantean tres modificaciones.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor Soro.

Pasamos, pues, a la votación de la moción. **¿Votos a favor de la moción? Ocho. ¿Votos en contra? Diez.** Muchas gracias. **Queda rechazada.**

Y pasamos al turno de explicación de voto.

*El señor diputado ROMERO RODRÍGUEZ:* Para que conste el agradecimiento por aceptar las enmiendas. Nada más.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor Romero.

Señor Soro.

*El señor diputado SORO DOMINGO:* Gracias, señor presidente.

En primer lugar, agradecer el voto a favor del Grupo Socialista y el Grupo de Izquierda Unida. Lamentar el voto en contra de Partido Popular y Partido Aragonés. Como decía antes, precisamente después... esta moción trae causa de una interpelación, una interpelación en la que tuve la oportunidad de debatir con el consejero sobre turismo. Si se estuviera elaborando y estuviera a punto de hacerse ya la presentación pública, la puesta de largo del plan diferencial de promoción turística de Aragón, yo creo que el consejero en aquella interpelación lo habría dicho, habría centrado su intervención en este punto, y no fue así, y no fue así. Eso es lo que nos lleva a sospechar, a pensar que quizá no esté tan avanzado ese plan visto hoy cómo ha sido la reacción del director general, pues enténdame que tenemos ciertas dudas, desde la buena fe absolutamente, como siempre, y pensamos sencillamente que aceptar esta enmienda supone dar una especie de prórroga, continuar la elaboración... Bueno, pues si está hecho pues ya lo conoceremos, como ha dicho el director general, dentro de quince días. Pero entienda que tenemos cierta sensación de que quizá no está así.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

Nos preocupa que este plan diferencial de promoción turística de Aragón finalmente sirva como ha servido otro tipo de acuerdos de estas Cortes, para decir: «tranquilos, que la están peinando, ya llegará, no hagan más iniciativas, que ya estamos trabajando en ello». Eso es lo que nos preocupa y por eso creo que era razonable mantener esta iniciativa, plantear este programa estratégico que plantea cuestiones diferentes más amplias a las que se plantean en el plan diferencial, y en todo caso en cuestión de un par de semanas veremos quién tiene razón.

Gracias, señor presidente.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias.

Por el Grupo Parlamentario del Partido Aragonés, señor Ruspira.

*El señor diputado RUSPIRA MORRAJA:* Pues también desde la buena fe, señor Soro, fuimos los promotores de la proposición no de ley en noviembre del año pasado y fue el Partido Popular el que presentó una enmienda y el que delimitó los seis meses. Si se me permite el término, el mundo al revés en estas Cortes. Si estamos hablando de una iniciativa de impulso, yo en ese momento agradecí al Partido Popular la delimitación temporal para el diseño del plan diferencial de promoción turística de Aragón. Por lo tanto, creo que sería, entre comillas evidentemente, cortesía parlamentaria, señor García Madrigal, esperar a que estemos a mediados del mes de mayo y ser conocedores de si se presenta o no se presenta ese plan diferencial. Y la información que se nos ha dado esta mañana en esta comisión por parte del director general es que está finalizado.

Entonces, yo no veo ningún problema a lo que usted dice de poder aportar. Yo simplemente le digo que creo que por cortesía, cuando se ha aprobado una iniciativa, por unanimidad, de impulso en estas Cortes, hay que esperar a que se finalice el trabajo del Gobierno de Aragón; y una vez que llegue ese trabajo y sea presentado, enmendarlo en aquellos temas en los que no se está oportunamente de acuerdo desde la oposición para luego analizarlos y votar lo que corresponda. Simplemente es una cuestión formal más que de fondo. Es tan importante el sector turístico como...

Y además, por último, para finalizar, señor presidente, hasta incluso usted, señor García Madrigal ha hablado de sumar a lo aprobado. El señor Soro ha dicho que consideraba que era objetivos diferentes su iniciativa parlamentaria a lo que se aprobó en noviembre del año pasado. Y usted dice de sumar a lo que se aportó en la iniciativa aprobada unánimemente en el mes de noviembre pasado. Creo que habría que tener claro que lo que estamos hablando es que entre ese programa estratégico que hoy se ponía encima de la mesa y el plan diferencial de promoción turística las diferencia son mínimas, y si las hay, serán aportadas vía enmienda a lo que se nos presente en estas Cortes con el trabajo de todos los grupos parlamentarios.



(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

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

Nada más y muchas gracias.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor Ruspira.

Por el Grupo Parlamentario Socialista, señor García Madrigal.

*El señor diputado GARCÍA MADRIGAL:* Escuchándole a usted, señor Ruspira, sé por qué esta institución están tan lejana de los problemas de los ciudadanos. Los cánones de cortesía que usted tiene desde luego no corresponden en absoluto con los míos. Este gobierno está demostrando que solo le preocupa una cuestión nominal de formulación de objetivos literarios. Vamos a ver, el plan, aunque se presente un papel, no se puede improvisar. Las medidas que se tenían que haber ido adaptando, se tenían que haber ido adaptando ya conforme aparecían los problemas e ir realimentando ese documento. Luego, desde ese punto de vista esto no puede ser una letra muerta ni hacia detrás, que se tenía que haber actuado ya para incorporarlo a ese documento, ni para después, que tendría que estar permanentemente realimentado. Por nuestra parte, continuaremos.

*El señor presidente (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor García Madrigal.

Señor Solana, por el Grupo Parlamentario Popular.

*El señor diputado SOLANA SORRIBAS:* Gracias, señor presidente.

Señor Madrigal, ¿quién le dice que no se han estado tomando ya medidas durante este tiempo de gobierno? ¿Quién se lo está diciendo? Simplemente lo que se ha comentado aquí es que se está elaborando un plan estratégico, que además apoyamos por unanimidad toda la Cámara, y que además está en el plazo que se comprometió desde el Gobierno de Aragón, y que además nosotros aceptamos en la propuesta aquella. Y se están cumpliendo esos plazos. Y repito, se está hablando de un plan estratégico diferencial y estamos trabajando en él porque hay ahora un plan estratégico, cosa que hasta ahora no ha habido.

Por lo tanto, nosotros vamos a esperar el plazo que marcamos en esta propuesta y vamos también —una cosa que ya ha comentado el señor Ruspira también— a trabajar y a potenciar el Consejo de Turismo de Aragón, en vez del observatorio que ustedes proponían que se creara. Porque en ese consejo, en el que me parece que además usted ha pertenecido a él, en ese consejo es donde se están trabajando muchos de estos asuntos y del que están saliendo muchas propuestas y muchas soluciones para la problemática que estamos teniendo en este momento en la Comunidad Autónoma de Aragón en lo que concierne a turismo.

Muchas gracias.

(Transcripción Provisional realizada por el Servicio de Publicaciones de las Cortes de Aragón)

*«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 (BLASCO NOGUÉS):* Muchas gracias, señor Solana.

Pasamos al punto quinto del orden del día: ruegos y preguntas. ¿Algún ruego o alguna pregunta? No hay ninguna.

Retomamos pues el punto primero: lectura y aprobación, si procede, del acta de la sesión anterior. ¿Hay alguna objeción o algún comentario al acta? Se aprueba.

Muchas gracias, señorías. Se levanta la sesión [*a las doce horas y cincuenta y dos minutos*].