



DIARIO DE SESIONES
DEL
PARLAMENTO DE NAVARRA

IX Legislatura

Pamplona, 15 de septiembre de 2017

NÚM. 45

TRANSCRIPCIÓN LITERAL

COMISIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO

PRESIDENCIA DEL ILMO. SR. D. LUIS ZARRALUQUI ORTIGOSA

SESIÓN CELEBRADA EL DÍA 15 DE SEPTIEMBRE DE 2017

ORDEN DEL DÍA

— Comparecencia, a instancia de la Junta de Portavoces, del Consejero de Desarrollo Económico para explicar la propuesta de creación de una sociedad pública para la gestión de Turismo de Navarra.

(Comienza la sesión a las 9 horas y 7 minutos.)

Comparecencia, a instancia de la Junta de Portavoces, del Consejero de Desarrollo Económico para explicar la propuesta de creación de una sociedad pública para la gestión de Turismo de Navarra.

SR. PRESIDENTE EN FUNCIONES (Sr. Zarraluqui Ortigosa): Buenos días. Vamos a dar comienzo a esta sesión de trabajo referida a la posibilidad de que se constituya una sociedad pública para parte de la gestión del turismo en Navarra. Esta sesión de trabajo ha sido convocada por EH Bildu y, por lo tanto, para hacer la introducción de su petición, tiene la palabra su representante el señor Ramírez.

SR. RAMÍREZ ERRO: Muchas gracias, señor Presidente. Quiero dar la bienvenida al señor Ayerdi y a la directora en esta comparecencia que tiene un precedente, un precedente que, sin duda, el señor Vicepresidente del Gobierno y Consejero de Desarrollo Económico conocerá, ya que tuvimos la oportunidad de compartir con los trabajadores, con los funcionarios públicos del sector del ámbito del marketing y turismo, una comparecencia en la que se mostraron muy críticos con la intención o la propuesta de creación de una sociedad pública para gestionar el turismo en Navarra, derivada del Plan Estratégico de Turismo 2017-2025 que se está ultimando.

En ella, nos hicieron conocedores de su valoración, una valoración crítica, en la que detallaron una serie de datos, datos que ciertamente a muchos grupos parlamentarios o a muchos de los que estuvimos aquí, nos parecieron de peso para posicionarnos de manera crítica con esa posibilidad.

Al parecer se plantean dos millones de euros para dicha sociedad pública en la que se integrarían doce personas –de ellas, seis serían directivos–. Planteaban la duda de qué va a pasar con el equipo de veintiuna personas que quedaría en el que se plantea un jefe de servicio y dos de sección. Es decir, es un modelo con una jerarquía que llama la atención. También planteaban la preocupación de que una de las dedicaciones de dicha sociedad pública pudiese ser la venta de paquetes turísticos. Y señalaban cómo, al parecer, eso podría chocar con sectores emergentes o empresas endógenas que se han creado en Navarra y que podría suscitar una competencia desde ese sentido.

Fue una sesión de trabajo muy interesante con muchos datos encima de la mesa, y nos pareció que lógicamente lo que procedía también era conocer la valoración del Gobierno de Navarra para hacer una valoración más completa: cuáles son los pasos que desde el Gobierno de Navarra se han dado, en dónde entroncan su argumentación para dar este giro en el ámbito del marketing y del turismo de los funcionarios y funcionarias del Gobierno de Navarra, para tener un posicionamiento político nítido tras conocer y analizar todos los datos existentes. Por mi parte nada más. Quedo a la espera de la información.

SR. PRESIDENTE EN FUNCIONES (Sr. Zarraluqui Ortigosa): Muchas gracias, señor Ramírez. A continuación, vamos a dar la palabra, no sin antes saludar y agradecer su presencia aquí –así como a su acompañante, la señora Ezkutari– al Consejero, que tiene para su intervención un tiempo de unos veinte minutos.

SR. CONSEJERO DE DESARROLLO ECONÓMICO (Sr. Ayerdi Olaizola): ¿No eran treinta, señor Presidente? Sí, ¿no? Egun on guztioi. Buenos días a todos. Voy a tratar efectivamente de responder a lo que me preguntaba el señor Ramírez. En cualquier caso, antes de explicar la medida concreta del borrador del plan que se nos pide analizar, a mí sí me parece y creo conveniente introducirles en los antecedentes para así conocer la situación de partida y entender mejor el momento en el que nos encontramos.

Como es sabido, el Gobierno de Navarra en sesión de 1 de febrero de 2017 adoptó un acuerdo por el que se aprobó la Estrategia de Especialización Inteligente que pretende definir las prioridades de la Navarra de 2030. Por primera vez se establece que el turismo es y va a ser una de las áreas económicas prioritarias en el desarrollo económico de la Comunidad Foral.

Posteriormente y en coherencia con esa decisión, el 27 de abril se presenta ante los medios el borrador del Plan Estratégico de Turismo 2017-2025 promovido o dirigido por la Dirección General de Turismo y Comercio de nuestra Vicepresidencia. Además, en materia de turismo el acuerdo programático señala cinco elementos que son la potenciación del trabajo de las entidades público-privadas y las asociaciones turísticas: el impulso al turismo en espacios naturales en respeto a sus características y necesidades; el desarrollo de normativas, actuaciones y promociones tendentes a impulsar la calidad de la oferta turística basada en los siguientes ejes; turismo rural, gastronomía, recursos naturales, sostenibilidad, cultura, patrimonio histórico y ocio; potenciar la oferta de senderos, recorridos históricos y tradicionales; y colaborar con las Comunidades vecinas para potenciar la imagen de Navarra como destino turístico. Estos cinco puntos también han sido tomados desde el principio en consideración en toda la construcción de la propuesta del plan estratégico, tanto en sus líneas estratégicas, valga la redundancia, como en la parte programática y de medidas.

Asimismo, en esas mismas fechas se da inicio al proceso de participación pública en Gobierno Abierto, aunque previamente durante la elaboración de ese borrador, que es lo que tenemos hoy, se había realizado una participación en nuestra opinión con muy buenos resultados. Hay que destacar que el proceso de trabajo de ese documento ha sido el resultado del trabajo colectivo de instituciones, colectivos y personas expertas entre los meses de noviembre de 2016 y marzo de 2017 para elaborar la propuesta de plan.

En el proceso de elaboración se celebraron veintitrés reuniones, se entrevistaron a veintidós expertas y expertos locales y regionales, y participaron un total de ciento sesenta personas en las diferentes actividades –todas ellas agentes del sector turístico–. Además, en la conferencia estratégica celebrada el 7 de marzo, se presentó y validó el núcleo central de esta estrategia contando con una amplia participación en doce talleres organizados por áreas claves y segmentos prioritarios.

La comunicación ha tenido un papel fundamental en la participación, permitiendo dar visibilidad al proceso, convocar e informar a los implicados sobre las distintas acciones, así como poner a disposición pública las conclusiones derivadas de su desarrollo.

Voy a cortar alguna cosa porque el tiempo me da un poco de respeto. A lo largo del mes de mayo, tras la presentación del plan ante los medios se hicieron jornadas de presentación del plan en diversas ubicaciones del territorio –cinco en total–.

Los cinco objetivos definidos en el plan proceden del proceso de diagnóstico el cual a su vez se ha alimentado en los análisis técnicos necesarios. Dichos objetivos son estos:

El primero, la consolidación de la posición de Navarra en los mercados de proximidad. El plan pretende consolidar la posición de Navarra en los llamados mercados de proximidad –España y sur de Francia–, mejorando su operación en segmentos, nichos y productos donde los destinos navarros están afianzados y tratar de ocupar posiciones predominantes en los nuevos nichos que están surgiendo como formas de viaje con duración de cuatro a siete días, primavera y otoño, en las principales áreas urbanas de estos mercados próximos.

El segundo objetivo, muy importante es posicionar al binomio Navarra-Pamplona en el mercado turístico europeo para captar flujos de demanda desestacionalizada con un elevado gasto medio diario en destino. Este objetivo requiere la mejora de la conectividad aérea y telemática, la definición de una marca y una imagen atractiva y una actuación centrada en determinados segmentos que se adapten a las características de esos mercados emisores seleccionados.

El tercero, centrar la competitividad turística en la diferenciación de segmentos y productos en el marco del destino Navarra-Pamplona y apoyados en elementos del patrimonio territorial, natural y cultural, y en las personas, en un contexto de alta exigencia de sostenibilidad.

El cuarto, impulsar la cooperación entre empresarios y con las entidades turísticas, de manera que se potencie la eficacia de la acción conjunta y la adaptación de las estructuras productivas.

El quinto, mejorar la articulación territorial de la gestión del espacio turístico, impulsando la cooperación entre entidades territoriales y mejorando la coordinación interadministrativa.

En el cuadro que ven ustedes les señalo los indicadores fundamentales que están recogidos en la propuesta de plan estratégico. Ahí pueden ver ustedes cómo nos estamos planteando un incremento del 15 por ciento en pernoctaciones de viajeros de mercados de proximidad. Dentro de ellos, dentro de los mercados de proximidad –las Comunidades limítrofes: Euskadi, sur de Francia, Aragón y La Rioja– tienen un incremento del 13 por ciento. También un importantísimo incremento de pernoctaciones de viajeros europeos con un 46 por ciento; un incremento en el gasto medio diario del 20 por ciento; y un incremento en reconocimiento de marca –que es algo que tenemos que diseñar, pero que en estos años mejora en un 20 por ciento–, y de otros indicadores, como ustedes ven, de estancia media... También es muy relevante cuántas noches pasa de media un turista en Navarra y otros adicionales.

Como en todo plan, ya lo ven, el diagnóstico de la situación nos da unas claves imprescindibles para definir la estrategia y, como consecuencia, propone unos objetivos ambiciosos. Se trata nada menos que de convertir a Navarra en destino europeo de turismo sostenible. Pero de todos los retos enumerados en el plan, probablemente el de mayor importancia es conseguir que se incremente de forma sensible y relevante la cohesión entre todos los agentes públicos y privados, y se avance en la habilitación de instrumentos de acción colectiva para la gestión de los espacios turísticos y en la constitución y puesta en funcionamiento de instrumentos para la gestión conjunta de productos y comercialización del destino internacional, Navarra-Pamplona, los DMC o los clubs de producto, a los que luego nos referiremos.

El plan, en definitiva, asume el reto para Navarra de hacer del turismo una actividad estratégica para la región, optimizando las posiciones alcanzadas y las oportunidades en los mercados de proximidad y abriéndose camino en los mercados europeos. Este propósito de orientar la oferta y los procesos hacia posiciones que hagan más competitivo el destino Navarra se debe traducir en una mayor capacidad de adaptar los productos a los requerimientos de los turistas, en acompasar el ritmo de crecimiento a la capacidad de acogida de los espacios turísticos, y en acometer medidas eficaces para reducir la estacionalidad.

La voluntad de reposicionamiento se orienta hacia una estrategia de desarrollo basado en la diferencia. Para lograr el reconocimiento de la diferencia de los destinos y productos navarros se plantea en este plan un esfuerzo adicional en aprovechar las oportunidades del patrimonio territorial, recursos naturales-culturales, etcétera.

En definitiva, se trata de potenciar un nuevo valor en la oferta para desvincular la competitividad de los destinos y de los productos de Navarra de una indeseable carga de precios a la baja y de una dañina estacionalidad.

De estas actuaciones se han de derivar necesariamente una mejora del escenario de rentabilidad de los establecimientos empresariales y un incremento notable tanto del empleo estable y de calidad como de la profesionalidad del conjunto de actores: empresarios, gestores públicos y trabajadores. Lo cual no es posible sin un gran esfuerzo en actuar conjuntamente por parte de los diferentes agentes implicados en el turismo: Administraciones públicas, entidades de gestión público-privadas, agentes empresariales y organizaciones también sindicales.

Hasta aquí hemos hablado de los fines. No perdamos este elemento de vista. De ahora en adelante hablaremos de los medios para conseguir esos fines, pero no transformemos a partir de aquí los medios en fines en sí mismos.

Para desarrollar los cinco objetivos y sus veinte orientaciones estratégicas, el plan se estructura en seis programas y cuarenta y ocho medidas. Ahí tienen citados los seis programas. Cada uno de estos programas agrupa un conjunto de medidas orientadas a un ámbito de trabajo común, y el programa quinto –Gobernanza del turismo– es el programa que recoge una serie de medidas –nueve en total– encaminadas a mejorar la gobernanza del turismo, tanto en relación con las propias estructuras de gestión del turismo, como a la regulación o normativa de la misma. Ahí están señaladas las nueve medidas y en negrita justo la medida por la que ustedes me piden opinión, que es la de creación de una entidad instrumental de gestión del turismo de Navarra, que, insisto, está dentro de las otras nueve.

También les he puesto a continuación exactamente la ficha dentro del borrador del plan. No me canso de recordar que es un borrador del plan. Hoy por hoy todavía está sin aprobar y estamos en fase de culminar el proceso de participación, pero la ficha que en el borrador del plan aparece en relación con la creación y funcionamiento de una entidad instrumental de gestión del turismo de Navarra.

Ahí tienen ustedes la descripción de la medida –dos párrafos de descripción–, los ámbitos de trabajo en los que se plantea que se centre, en su caso, la entidad, y también las actuaciones.

Dentro de las actuaciones, ustedes lo ven, está el estudio de alternativas, la organización funcional u organigrama, la creación de la entidad, la dotación de recursos y personal técnico, la puesta en marcha...

Tras realizar las presentaciones del borrador del plan en territorio es cuando se detecta también la preocupación que esta medida por la que ustedes me preguntan suscita entre los empleados del servicio de marketing. Por otra parte, también les tengo que decir que tanto la directora general como yo mismo nos reunimos a lo largo de junio en varias ocasiones con las personas empleadas en la Dirección General de Turismo –8 de junio y 23 de junio–, y con los representantes sindicales. Yo creo que fue el 13 junio. No sé exactamente el día, pero sería por ahí. En estas reuniones yo personalmente traslado, tanto a unos como a otros, es decir, tanto a los empleados, a las personas empleadas de la dirección general, como a los representantes sindicales con los que me reúno, los siguientes mensajes –estamos hablando de junio: que no hay ninguna decisión tomada al respecto. Estamos hablando ya de la creación de la empresa pública de turismo–, que no hay ninguna decisión tomada al respecto; que se ha acelerado el proceso de análisis de esta medida del plan estratégico con la contratación de una asistencia técnica para tener la información lo antes posible; que se les presentará el resultado del trabajo encargado; que, una vez recibido este análisis, se solicitará al servicio de organización también su colaboración en el análisis organizativo de este área; que en este proceso debemos tener presente el fin del mismo, el cumplimiento de los objetivos estratégicos definidos para impulsar el turismo en Navarra y no quedarnos solo en la discusión de los medios; que todas las opciones contempladas –creación de la sociedad pública, aprovechar alguna sociedad o sociedades públicas existentes, o desarrollo de las actividades dentro de la propia dirección general– son públicas, las tres son públicas, y por lo tanto no cabe –sea cual sea la opción que finalmente se escoja– hablar de ninguna privatización; que estaría encantado, tras el análisis correspondiente, así se lo señalo, que la mejor fórmula fuera la de poder desarrollar todas las actividades recogidas en el plan desde la dirección general.

En junio, por lo tanto, se contrata una asistencia técnica para profundizar en esta propuesta y tener más elementos a considerar. Se prioriza tener un informe lo antes posible, por lo tanto, se opta por un contrato menor, en vez de licitar una asistencia que nos hubiera llevado varios meses. Se contrata a una empresa catalana con mucha experiencia en el sector y una gran trayectoria en el mercado turístico. Prueba de ello es su extenso currículum y que...

SR. PRESIDENTE EN FUNCIONES (Sr. Zarraluqui Ortigosa): Perdona, Consejero, me comunican que se ha apagado el sistema de grabación y tenemos que hacer un receso.

(Se suspende la sesión a las 9 horas y 21 minutos.)

(Se reanuda la sesión a las 9 horas y 26 minutos.)

SR. PRESIDENTE EN FUNCIONES (Sr. Zarraluqui Ortigosa): Consejero, puede continuar con su exposición. Si quiere, se puede retrotraer un poco porque hay tiempo suficiente.

SR. CONSEJERO DE DESARROLLO ECONÓMICO (Sr. Ayerdi Olaizola): Les había señalado las reuniones que tuvimos en junio yo mismo –la señora Ezkutari alguna más– con las personas

empleadas y también con los representantes de los sindicatos de Función Pública, de la Administración núcleo, y los compromisos, los mensajes, que yo mismo les había trasladado.

A partir de ahí, decía que en junio, por lo tanto, se contrata una asistencia técnica para profundizar en esta propuesta y tener más elementos a considerar. Se prioriza, decía, tener un informe lo antes posible, por lo tanto, se opta por un contrato menor, en vez de licitar una asistencia que nos llevaría varios meses. Se contrata una empresa catalana con mucha experiencia en el sector y una gran trayectoria en el mercado turístico. Prueba de ello es su extenso currículum y que por principio –creo que no toca presumir de otra cosa– presumimos que trabaja de manera totalmente objetiva.

El objeto del trabajo es analizar la función de promoción y ayuda a la comercialización en el nuevo modelo de gobernanza del turismo de Navarra. Dentro de la asistencia técnica la empresa Expertus DNA realiza diecisiete entrevistas de las veintiuna personas que componen el servicio de marketing el mismo 7 junio.

El documento tiene los siguientes apartados: un primer apartado de análisis del borrador del plan estratégico, en particular para identificar qué ámbitos de trabajo y qué medidas concretas del mismo se proponen que sean realizadas por la, en su caso, nueva empresa pública de turismo, e incluso qué medidas concretas, aunque no se asignan a la misma, se sitúan dentro de sus ámbitos de trabajo. Un segundo apartado que recoge el análisis de las opiniones de las personas empleadas en el servicio de marketing turístico, en relación tanto con la situación actual como con la hipotética creación de una nueva empresa pública de turismo. Un tercer apartado de *benchmarking* que recoge las soluciones adoptadas por otras Administraciones, y se analizan tanto las herramientas autonómicas en Aragón, Asturias, Cantabria y Castilla-León, y sobre todo en Cataluña y País Vasco, estas dos últimas con bastante más detalle. Además de herramientas autonómicas, también se analizan herramientas locales: Barcelona, Córdoba, Gijón, Gerona, Valencia, Valle de Arán... Y este apartado de *benchmarking* se cierra con un resumen de tendencias y conclusiones.

Un cuarto apartado recoge las ventajas de crear un nuevo ente instrumental, indicando que de las funciones que el borrador del plan asigna a la hipotética empresa pública de turismo, algunas pueden seguir desarrollándose desde el servicio de marketing y otras sin embargo no pueden serlo.

En un quinto apartado titulado «Conclusiones» proponen modificar la estructura actual del servicio de marketing turístico para adaptarlo mejor a los retos planteados en el plan estratégico, manteniendo su tamaño, número actual de empleados, y plantean crear una nueva empresa pública de turismo para hacer algunas actividades nuevas necesarias para el desarrollo con éxito del plan estratégico 2017-2025 que, en su opinión –estamos hablando de las conclusiones del informe– no pueden hacerse de forma adecuada desde el propio servicio de marketing. Es decir –estoy hablando siempre de las conclusiones del informe–, proponen mantener las veintiuna personas actuales, modificando la estructura interna de secciones. En su propuesta, en la propuesta de este informe, definen esa nueva estructura identificando las funciones asignadas a cada unidad organizativa.

Finalmente plantean una aproximación a la estructura y a las funciones de esa hipotética nueva empresa pública de turismo, que en su opinión podría requerir once o doce personas nuevas.

Este trabajo ha terminado recientemente. A primeros de septiembre se nos entrega un primer documento-resumen que inmediatamente se pone en conocimiento del personal de los servicios de marketing y ordenación en la presentación del 5 de septiembre, y que posteriormente además se difunde a todos ellos. Estos cinco apartados que les he trasladado ya son los cinco apartados del documento final, del documento del informe terminado, pero el documento-resumen básicamente es un avance de este documento ya terminado.

Además del informe al que acabo de referirme, el Gobierno –al que ahora le toca tomar decisiones porque, insisto, estamos hablando del informe presentado por un tercero– tiene las siguientes fuentes de información. En primer lugar, las opiniones expresadas por las personas responsables de la actual estructura organizativa de la Dirección General de Turismo. El Gobierno tiene también las opiniones expresadas por las personas empleadas en la Dirección General de Turismo. También el Gobierno tiene las opiniones expresadas por la Secretaría General Técnica tanto por su responsable, como por su equipo de personas. Por supuesto, las opiniones de la empresa consultora que lideró la elaboración del borrador del plan estratégico presentado por el Gobierno. Las opiniones del sector turístico, tanto de empresas privadas como de asociaciones y entidades locales.

Además de todo este volumen de información que ahora el Gobierno está manejando y que tiene, el Gobierno ha solicitado un informe al servicio de organización en relación con la estructura actual, los puestos de trabajo, los perfiles y las necesidades de formación de las personas empleadas en la Dirección General de Turismo, un informe que confía tener próximamente.

La Dirección General de Turismo ya ha mantenido reuniones previas con ellos, con el servicio de organización, pero la directora general me dice que esperamos tener el informe en las próximas dos semanas –el informe que no tenemos, insisto, del servicio de organización.

Con toda esta información, tanto la del informe de asistencia técnica de la empresa Expertus como con todo este otro conjunto de información, el Gobierno va a tener que ir tomando sus decisiones. Y esa es ya nuestra responsabilidad. Y las va a tomar, lo decía, sin perder de vista las prioridades y fines que indicaba al principio. El turismo es un sector estratégico para Navarra y queremos que lo sea cada vez más porque genera impactos positivos tanto en los ámbitos económicos, como sociales, territoriales, culturales y ambientales. Eso implica, desde nuestro punto de vista, crecer e internacionalizarse –ya lo decía antes– y eso exige desplegar un plan estratégico ambicioso.

Las conexiones aéreas eran también un aspecto clave y hemos dado en nuestra opinión un paso de gigante con la conexión de Frankfurt que esperamos aprovechar entre todos al máximo. Todo ello sin olvidar que la actividad turística se desarrolla en un entorno cada vez más competitivo. La innovación, la innovación tecnológica y los cambios en las pautas de consumo turístico de la demanda cada vez más dinámicos han hecho que muchas Administraciones, tanto estatales como regionales, tanto españolas como europeas,

desarrollen herramientas de promoción que sean capaces de aunar a la Administración turística como generadora de políticas y dinamizadora del sector, y los agentes privados que son los productores y generadores de empleo.

Estas son las cuestiones que en estos momentos consideramos necesarias y en las que vamos a ir avanzando próximamente. Esta es la parte más interesante. He esperado para que todos los portavoces –y más los que me han pedido la comparecencia– me escuchen bien. Decía que estas eran las cuestiones que en estos momentos consideramos necesarias y en las que vamos a ir avanzando próximamente.

En primer lugar, la reestructuración del servicio de marketing, manteniendo todas las personas actualmente existentes de forma que la nueva estructura responda mejor a la estrategia definida en el plan estratégico. Este sí es un proceso en el que nos pondremos en marcha, insisto, en dos semanas tendremos además el informe del servicio de organización, pero aquí sí aspiramos a ver terminada esta reestructuración en lo que queda de año. Esta sí es una decisión clara y tomada.

La segunda es la elaboración de los planes operativos dentro del plan estratégico de turismo a través de los diez grupos de trabajo integrados por las personas empleadas en los dos servicios, el de marketing y el de ordenación, que ya están creados.

Tercer aspecto importante: elaborar este mes en Gobierno Abierto el informe con las respuestas de todas las aportaciones habidas en el proceso participativo del borrador del plan estratégico de turismo. Tenemos que retornar todas las aportaciones producidas y desde luego en este mes tenemos que elaborar ese documento.

El cuarto aspecto relevante es la elaboración de la propuesta de presupuestos –más que los presupuestos, no queremos usurpar sus funciones– para el año 2018. Se iniciará en breve la redacción de presupuestos en los que se prevé un incremento de partidas para implementar el plan estratégico de turismo –espero que sea posible, déjenme poner estos guiones–, atendiendo a la importancia que se le da a este sector.

Lógicamente todo esto nos tiene que llevar a un hito importante que es la presentación del plan estratégico definitivo con las aportaciones y los presupuestos. Esta presentación se realizará tanto ante el Consejo de Turismo como en sesión de gobierno para su aprobación definitiva entre estos dos próximos meses de octubre y noviembre.

Diseño también e implantación de actuaciones orientadas a mejorar la eficiencia, comunicación, coordinación del trabajo en equipo entre el servicio de marketing y la secretaría general técnica. Las percepciones de unos y otros sobre el trabajo en común en la tramitación de expedientes administrativos, créanme, es muy diferente. Si uno pregunta a unos, escucha cosas, si uno pregunta a otros, escucha otras cosas. Ambos equipos están integrados en cualquier caso por empleados y empleadas públicos, ambos, que tratan de hacer lo mejor posible su trabajo.

En ese sentido, sí quiero trasladar mi deseo de fomentar el trabajo en común desde una actitud de respeto profesional, colaboración, empatía y búsqueda del éxito colectivo como fórmulas para dar el mejor servicio a la ciudadanía a la que desde luego nos debemos. En este

contexto, la definición, entre otras, de las necesidades de formación y la concreción de un plan de formación tendrán también su protagonismo.

Y en cuanto a la posible nueva sociedad pública de turismo, y habiendo trasladado nuestro compromiso con el mantenimiento de las plazas actuales del servicio de marketing dentro del propio servicio, quiero confirmar que el Gobierno sigue considerando la opción como una opción muy interesante, siempre en todo caso para realizar nuevas actividades incluidas en el plan estratégico, en particular las relacionadas con el desarrollo de la colaboración público-privada a través de fórmulas como los clubes de producto que permiten canalizar y gestionar también ingresos privados –por tanto, implicar a los privados–, las relacionadas con el apoyo a la comercialización por nuevas vías, o el sistema de inteligencia competitiva. En cualquier caso, lo vamos a seguir estudiando con calma.

El plan estratégico tiene un horizonte 2017-2025. Mientras tanto, en aquellas situaciones puntuales en las que quepa la opción de colaborar con alguna de las empresas públicas existentes, lo valoraremos oportunamente.

A falta de un estudio más sosegado, queremos compartir y sí decimos como Gobierno que compartimos alguna de las ventajas que indicaba la empresa consultora en su informe sobre la creación de una empresa pública. Sí compartimos alguna de esas ventajas. La primera es que permiten innovar en el modelo de gobernanza dando entrada a la financiación privada para desarrollar acciones de promoción y ayuda a la comercialización: cuotas por pertenencia a clubes de producto, marcas, sellos, campañas publicitarias compartidas, eventos organizados conjuntamente, venta de productos turísticos de terceros a través de medios digitales –es decir, no hacer competencia en ningún caso a los privados, en ningún caso–, o comisionando productos vendidos en oficinas de turismo, ventas de productos propios, etcétera.

Por ejemplo, hay una experiencia muy interesante –yo creo que en esto Cataluña es la Comunidad más desarrollada en el territorio–, una iniciativa puesta en marcha desde la Agencia Catalana de Turismo –que tiene una historia larga–, una experiencia nueva que se llama *Start DMC Tourist*, que se ha puesto en marcha en el año 2015 y cuyo objetivo precisamente es estimular la creación y consolidación de DMC, *Destination Management Companies*, en Cataluña para conseguir el reto de incrementar la comercialización de la oferta turística y la mejora de la experiencia de los viajeros que visitan Cataluña, tanto por motivos de ocio como por motivos de negocio. Es un proyecto, como les decía, iniciado en 2015, que consiste en la formación durante un mínimo de ocho meses de empresas emprendedoras relacionadas con la creación del producto turístico innovador y, por lo tanto, ayuda a esas empresas que necesitan apoyo en la orientación, en el comienzo de sus estrategias.

Este tipo de experiencias a nosotros nos hacen, como Gobierno, valorar. Tenemos que estudiarlo. Es interesante. Nos parece también y compartimos que puede ser una herramienta que aumente la cercanía a la realidad del sector turístico en su conjunto, también a través de clubes u otras fórmulas. Se trata, en definitiva, de poner a disposición del sector privado una herramienta que facilite su mayor implicación en las acciones promocionales sin perjuicio desde luego del importante papel de garante del interés general que deben seguir ejerciendo las Administraciones públicas.

Y el tercer argumento, que también a nosotros nos hace considerarlo interesante, es la mayor agilidad en la ejecución e implantación de acciones, sencillamente por situarse en un marco más operativo, menos complejo, menos administrativo. Este factor, y esto quiero dejarlo bien claro, no tiene nada que ver con el hecho de cómo desempeñan su trabajo de supervisión y control o su trabajo de gestión determinadas personas, determinados empleados públicos. No tiene que ver en absoluto con esto. No estamos hablando de la calidad del trabajo de las personas, no estamos hablando de esto, sino que tiene que ver con el hecho de que objetivamente una dirección general se mueve en un marco administrativo. Se mueve en ese marco y a ese marco tiene que ceñirse. Y nos parece que una herramienta como una empresa pública se sitúa objetivamente en otro marco que le permite una mayor agilidad.

A nosotros nos parece que estos argumentos están ahí y los compartimos. En cualquier caso, insisto, de las decisiones tomadas, ya les he dicho cuáles tenemos claro que deben guiar la actuación y, en cuanto a esta que se me solicita, nos parece que hay tiempo para estudiarla con calma. Pero creemos que tenemos que hacerlo porque al final, insisto, y termino con lo que le decía, el objetivo es el turismo como sector estratégico, crecer en turismo y que este turismo nos dé muchas alegrías en términos de desarrollo económico, en términos de puestos de trabajo y en términos de vertebración territorial y, por lo tanto, que contribuya a ese objetivo de la Navarra de 2030 que hemos diseñado en la Estrategia de Especialización Inteligente. Por mi parte nada más.

SR. PRESIDENTE EN FUNCIONES (Sr. Zarraluqui Ortigosa): Muchas gracias, señor Consejero. Abrimos el turno de intervenciones y empezamos por el grupo proponente. Tiene la palabra el señor Ramírez Erro por un tiempo máximo de diez minutos.

SR. RAMÍREZ ERRO: Muchas gracias, señor Presidente. Quiero agradecer toda la información que nos ha trasladado y mostrar nuestra coincidencia en que lo importante son los fines, es decir, los objetivos que marque el plan estratégico. Posteriormente vendrá el buscar fórmulas para implementarlo de la forma más ágil.

En este sentido, a nosotros nos parece –y lo decían los trabajadores también– que el orden lógico o la secuencia lógica de actuación sería, primero, aprobar el plan estratégico donde se fijan los fines –estamos de acuerdo–, y además no me voy a recrear en la importancia que tiene el turismo para Navarra tanto económicamente como para la ordenación del territorio, etcétera. Eso ya es conocido y creo que lo compartimos el conjunto de los miembros de esta Comisión.

Por lo tanto, primero, habría que aprobar el plan estratégico. Posteriormente desarrollar los planes operativos con garantías de viabilidad, bajando a tierra, y sus necesidades –personal, perfiles, costes, etcétera–. En tercer lugar, habría que buscar soluciones dentro de casa. Es decir, ¿podemos hacer esto con el personal propio? ¿Qué cuestiones no podríamos hacer mediante una organización adecuada de la Administración pública? Y, en cuarto y último lugar, habría que ver qué opciones hay, en la medida en que con lo de casa –permítaseme esta expresión coloquial– se contemplan cuestiones que no se pueden hacer y para las que hay que recurrir a otro instrumento. Ese sería el orden lógico y entiendo que es lo que usted ha dicho y a lo que se refiere cuando dice que hay que analizarlo con calma. Es decir, lo primero es el plan

estratégico, posteriormente vamos a ver qué camino hay que tomar, y finalmente ya veremos los medios que son necesarios.

En este sentido, nosotros por principio no estamos de acuerdo con aquellas apreciaciones que insisten o profundizan en una visualización de la pesadez de la Administración. Creemos que las Administraciones públicas tienen, desde una gestión ambiciosa, la posibilidad de ser tan competitivas en su productividad, en el trabajo que están desarrollando, como una empresa pública. Entendemos que son marcos diferentes pero la Administración... Tenemos que profundizar –y es uno de los objetivos marcados también en el acuerdo programático– desde las convicciones en que el sector público tiene que ser realmente quien garantice una serie de derechos, de servicios, etcétera; desde la eficacia y la eficiencia.

En nuestro análisis, nosotros nos lo preguntamos, porque lo plantearon los propios trabajadores. Ellos entienden que no hay nada que no puedan realizar desde las propias Administraciones públicas en orden a los objetivos marcados y a los fines. Y nos explicaban cómo la Administración tiene vías para desarrollar esa colaboración público-privada. Habrá que analizarlo con calma y nosotros vamos a esperar también a conocer el informe del servicio de organización. Es decir, usted ha comentado que se ha solicitado y vamos a ver también cómo lo ven desde este servicio. Vamos a analizar también y vamos a solicitar el texto de la consultora. La verdad es que los trabajadores eran muy críticos y entendían que se estaba poniendo el carro antes que los bueyes, y que ciertamente la idea de la agencia, de la sociedad pública, cayó de repente cual nave espacial, y que no entroncaba dentro del orden lógico de las cosas. Y nos decían que no habían tenido tiempo para analizarla, que en el plan estratégico no se justifica la necesidad, porque el plan estratégico lo que diseña son los fines, que es lo importante y en lo que estamos de acuerdo. Incluso acusaban de falta de transparencia con el equipo, citaban también expresiones muy críticas con la dirección general con respecto a que no veían un posicionamiento y un liderazgo con esta opción, sino que de alguna forma se dejaba a lo que el consultor dijese en un informe de cuatro folios, que había mucha prisa...

Nosotros creemos que esa inquietud que mostraron aquí, de alguna forma, va a ser relajada con su manifestación de que todo se va a analizar con calma. Que nadie piense que aquí se va a crear una empresa pública *ex novo* de la noche a la mañana con dos millones de presupuesto, con seis jefes y doce personas, sin analizar correctamente cuáles son aquellas cuestiones que la Administración pública no puede hacer por sus propios medios.

Nos planteaban también las complicaciones y el poco análisis que había. Lo voy a decir de otra forma, nos planteaban la necesidad de analizar más las posibilidades dimanantes de los clubes, porque la única experiencia que hasta el momento hay en Navarra, al parecer, no ha sido muy exitosa. Entonces, preguntaban cómo no se ha analizado lo que ya hay para posteriormente diseñar lo que debe haber. Nosotros lo entendemos. Son lógicas las críticas y la tensión dialéctica entre los trabajadores y trabajadoras y quien tiene que tomar las decisiones, y también en este Parlamento. Por lo tanto, a nosotros nos parece que todo eso es algo constructivo a tener en cuenta y que nos va a ayudar a todos y a todas a tomar las mejores decisiones.

Entendemos que el Gobierno de Navarra, actuando con calma y analizando todos los aspectos y todos los informes, actuará bien. Y dentro de esos aspectos que hay que analizar, para

nosotros debe haber una justificación extrema para algo que entendemos que puede hacerse desde el sector público y que no existe ninguna necesidad de crear un servicio externo. Habrá que justificarlo, habrá que ver cuáles son las cosas concretas que no se pueden hacer desde lo público. Porque lo cierto es que en las personas que comparecieron –si no me equivoco, comparecieron cinco– vimos una actitud proactiva en el sentido de inquietud e implicación con el sector turístico y con el trabajo que desarrollan. Y, además, ellos se hacían la misma pregunta: ¿qué va a hacer una empresa pública que nosotros no podamos hacer? Y planteaban también soluciones.

Vamos a analizarlas todas ellas encima de la mesa y vamos a tener siempre el objetivo bien claro, que es que los fines, lo que marca el plan estratégico tendrá que tener los medios, tanto económicos como humanos y organizativos, pero empezando por ahí. Y vamos a analizarlo con rigor, con calma, que es el sesgo y la característica que debe primar la acción de este Gobierno. Muchas gracias, señor Presidente.

SR. PRESIDENTE EN FUNCIONES (Sr. Zarraluqui Ortigosa): Muchas gracias, señor Ramírez Erro. A continuación, tiene la palabra el representante de Unión del Pueblo Navarro, el señor García Adanero, también por diez minutos.

SR. GARCÍA ADANERO: Muchas gracias, señor Presidente. Señorías, buenos días. Agradezco la presencia del Vicepresidente del Gobierno y de la directora general de Turismo.

Yo creo que aquí hay dos cuestiones que hay que diferenciar. Por un lado, está el plan estratégico que, cuando ya esté, supongo que ya tendremos tiempo de hablar. Nos lo remitirá al Parlamento, vendrá a comparecer o lo que haya que hacer en su momento, con el objetivo – que nosotros compartimos también– de potenciar y fomentar el turismo con los fines generales que ha establecido el Vicepresidente y que yo creo que son compartidos por el conjunto. Otra cosa es cómo llegar a esos puntos, pero en principio estamos de acuerdo y esperemos que sea una realidad. Además, yo creo que ahora está muy de moda la cuestión del turismo en su parte negativa, y yo creo que también habrá que analizar cómo hacer las cosas aprendiendo de los demás para no caer en la parte negativa que puede tener la cuestión del turismo.

Pero lógicamente la comparecencia aquí era para la otra parte, para el tema de si eso hay que hacerlo a través de una empresa pública o con los propios servicios del propio servicio del departamento. Y, en ese sentido, el Vicepresidente comentaba que tenía unas fuentes de información y, a partir de ahí, tomaría las decisiones. Pero yo creo que se ha olvidado de la fuente de información fundamental que es qué piensan aquellos que la apoyan. Y para nosotros eso es lo fundamental.

Es decir, hoy yo debo reconocer que el portavoz de Bildu ha dejado una puerta abierta, lo cual, si deja una puerta abierta... Evidentemente si el resto de los grupos que apoyan al Gobierno dejan la puerta abierta, la puerta está abierta. Pero yo creo que lo primero que tenía que haber hecho el Vicepresidente es reunirse con los cuatro socios o con los tres socios, porque su partido le apoya, y preguntarles: estoy pensando esto, ¿qué les parece? Y uno hubiera dicho: «conmigo no cuente», «yo votaré en contra» o «vamos a estudiarlo». Y eso es clave porque, si no, todo lo demás al final es perder el tiempo.

Por lo tanto, yo creo que aquí lo importante es el pronunciamiento de los grupos que apoyan al Gobierno, es decir, si están a favor o en contra de que se abra esa puerta. Bildu parecía que el otro día cerraba la puerta y hoy la ha abierto. Bien. Quedan Izquierda-Ezkerra y Podemos. Si dicen que también abren la puerta, entonces usted siga trabajando en ello. Si le cierran la puerta, tampoco perdamos más el tiempo. Cierre la puerta porque esto al final hay que hacerlo a través de los presupuestos y entonces estaremos otra vez en el debate de si sigue con eso delante, no le aprobamos los presupuestos.

Ahórrenos el tema. Pregunte. Si quiere, hacemos un receso, les pregunta ahí afuera y si están de acuerdo en seguir, seguimos, y, si no, lo cerramos, porque al final... Yo creo que el informe que han hecho estará bien. Yo no me voy a meter en si ha costado dinero o no ha costado. Yo creo que al final los estudios son aprovechables. Pero evidentemente, como bien sabe usted, si alguno de estos se cierra en banda de verdad... Otra cosa es el postureo. Por lo tanto, me fío más de Izquierda-Ezkerra que de Podemos –también lo tengo que decir–. Pero Podemos igual le dice: no, estamos cerrados en banda. Pero en cuatro días lo traen aquí, le aprueban el presupuesto y tira para adelante. Entonces, le voy a pasar la patata a Izquierda-Ezkerra, que es quien va a decidir, entiendo yo, si este tema puede seguir adelante o se cierra ya. Muchas gracias.

SR. PRESIDENTE EN FUNCIONES (Sr. Zarraluqui Ortigosa): Gracias, señor García Adanero. A continuación, tendrá la palabra el señor Eraso Salazar por parte de Geroa Bai. Diez minutos.

SR. ERASO SALAZAR: Muchas gracias, Presidente. Buenos días, señor Consejero. Buenos días, directora general. Agradezco mucho la información. Yo no estuve el otro día en la sesión de trabajo con los trabajadores, pero sí la oí y me reí mucho cuando escuché al portavoz de UPN que ya estaba sentenciando y ya decía lo que iba a pasar. Hoy, por lo menos, ve que hay otra posibilidad de que haya una puerta abierta.

Yo les agradezco mucho la información. Queremos empezar diciendo que, como piensa el departamento, el turismo es un sector estratégico que tenemos que potenciar y esa tiene que ser la base de nuestro trabajo y el fin a conseguir. Luego están los medios.

Usted nos ha explicado que en principio nada estaba preestablecido y nada está decidido. Todo comienza con la elaboración de un borrador. Se hace una presentación y es a raíz de ahí cuando, según ha dicho usted, se ve la preocupación que existe en los trabajadores, porque en esa presentación, en ese borrador, se habla de la sociedad instrumental. A raíz de eso se solicita a la consultora que realice el análisis, si no lo entendido mal. Los resultados se entregan al personal. Esta consultora habla con el personal. Ellos también decían que no había habido diálogo suficiente. Por lo que han comentado aquí de veintitantos de trabajadores se hicieron diecisiete entrevistas. Y de ese análisis, de ese estudio, tiene que venir la decisión, pendientes de ese informe del servicio de organización que, como ha comentado usted, están esperando.

Nosotros vemos que el proceso es coherente, es claro, y tiene un fin que es potenciar el turismo en Navarra. Ojalá sea con todos los medios de la dirección general y ojalá el tema de comercialización e innovación y sistema de inteligencia, que por lo que se ve es el que en un principio estaba pensado que gestionara esta sociedad pública que ellos llaman Agencia

Navarra de Turismo –no sé si ya tiene ese nombre–, lo puedan asumir ellos. Ellos comentaban que lo pueden asumir, que son capaces y que si hace falta algo sería algún trabajador más y las colaboraciones externas. También hablaron del tema de formación y creo que en este documento que nos ha leído también se habla de ello.

Entonces, priorizar el plan de turismo, dejar claro que es un borrador y que no hay nada decidido todavía, que sí existe la posibilidad de crear ese ente instrumental, compromiso con el mantenimiento de las plazas actuales dentro del propio servicio que creo que es importante. Y coincido con el señor Ramírez: si puede ser con todo lo que tenemos, formando, mejorando o incrementando personal, adelante. Si el Gobierno en sus estudios ve que no es posible por los motivos que sea y se decide a hacer una sociedad pública, nunca privada –el servicio va a ser siempre desde lo público, eso nosotros lo tenemos muy claro–, nos lo explicará y tendremos que valorarlo. Hay que priorizar el turismo, con lo cual, si hay que asumir la creación de una sociedad pública por el bien del desarrollo del plan de turismo, desde Geroa Bai lo apoyaremos sin ningún problema. Muchas gracias.

SR. PRESIDENTE EN FUNCIONES (Sr. Zarraluqui Ortigosa): Muchas gracias, señor Eraso. A continuación, tiene la palabra Podemos-Ahal Dugu. ¿Interviene el señor Velasco? Señor Velasco Fraile, tiene diez minutos.

SR. VELASCO FRAILE: Gracias, Presidente. Buenos días y bienvenidos, la señora directora de Turismo y el señor Ayerdi. Tampoco nos vamos a recrear en la importancia estratégica que tiene el turismo, en la apuesta que tiene Navarra por intentar crecer e internacionalizarse, diferenciar su producto, definir una marca, luchar sobre todo con los temores que nos han manifestado –que los precios vayan a la baja–, y acabar con la estacionalidad.

Pero si vamos a lo verdaderamente importante, a lo que se ha hablado, creemos que contratar una asistencia técnica y ponerle el calificativo de objetiva, supuestamente es lo que siempre se debe suponer, pero al final siempre partimos de concepciones ideológicas previas en cuanto a que uno tiene una apuesta más por lo público y otro cree que lo privado viene a mejorar el funcionamiento de la Administración precisamente por una cosa que remarcaba aquí el señor Ramírez que es la imagen que tiene mucha gente de la Administración como algo inmóvil, fijo, muy pesado, con mucha inercia y que no sirve para responder a todos los objetivos que se plantean en la actualidad.

Tenemos ese contrato de asistencia técnica, esos informes que dicen que para cumplir los objetivos que se marcan en el plan estratégico pudiera ser conveniente la creación de esa sociedad pública y que ustedes comparten algunos de los objetivos, aunque usted también ha dejado la puerta abierta porque efectivamente ha dicho que se va a meditar, que hay tiempo... Con lo cual, no hay que hacer –como cree UPN– de cualquier cuestión un elemento de confrontación en el cuatripartito cuando lo que hay que hacer es debatir y cuando desde la discrepancia también se puede llegar a acuerdos y a términos medios. En eso estamos.

También quisiera preguntarle... Otro de los elementos que han considerado a la hora de definir una postura es el análisis comparativo de qué es lo que hacen las otras Administraciones para ver sus tendencias y conclusiones, y acabar con las ventajas que pudiera tener un plan instrumental. Aquí quisiéramos preguntarle lo siguiente: si se apuesta por los trabajadores de

dentro, por el personal de casa –hemos dicho que desde luego esa es nuestra apuesta– y si se concluye que no vale para asumir los retos que se tienen planteados, entendemos que antes de pasar a la creación de una sociedad pública se trataría de contratar a gente especializada o definir otros perfiles especializados dentro de la propia Administración. Pero si aun así no se llegase y se concluyese que efectivamente para determinadas cuestiones sí que sería necesaria esa sociedad pública, la pregunta sería la siguiente: ¿otras Administraciones no prestan desde lo público eso que consideramos imprescindible que prestaría esa sociedad pública? Es decir, quizás habría que pedir a otras Administraciones que sí hacen eso desde lo público que emitieran un informe para decir cuáles son los pros y los contras, para comparar lo que dice un estudio técnico de una consultoría externa y tener la visión de las Administraciones que están haciendo eso por su cuenta.

También se ha señalado que uno de los problemas o una de las ventajas que supuestamente también tendría esta nueva sociedad pública sería mayor agilidad, pero también tenemos que tener en cuenta que muchas veces la Administración es un poco lenta precisamente para dar plazos para que haya oportunidad de reclamar y mayor transparencia. El incremento de la agilidad muchas veces puede ser perjudicial.

Y nada más. Seguiremos considerando y valorando toda la información que nos hagan llegar, así como también vamos a valorar la que nos han hecho llegar los trabajadores y trabajadoras del servicio de turismo. Muchas gracias.

SR. PRESIDENTE EN FUNCIONES (Sr. Zarraluqui Ortigosa): Muchas gracias, señor Velasco. A continuación, tiene la palabra el representante del Partido Socialista de Navarra, el señor Garmendia Pérez, por diez minutos.

SR. GARMENDIA PÉREZ: Muchas gracias, Presidente, y muchas gracias, señor Ayerdi y señora Ezkutari, por lo que nos han presentado. El otro día estuvieron aquí los representantes de los trabajadores y nosotros consideramos que nos faltaban datos. Efectivamente, nos faltaban datos para posicionarnos. Y venimos a la sesión de hoy y nos siguen faltando muchos datos para posicionarnos. Esa es la realidad. A priori, el Grupo Parlamentario Socialista y el Partido Socialista en general no están por la labor de generar y crear nuevas empresas públicas salvo que sea estrictamente necesario. Por lo tanto, nuestro posicionamiento inicial a trazo grueso sería negativo. Tendríamos que insistir, escuchar a las partes.

Usted ha venido aquí y nos ha explicado la mitad de...Yo le recomiendo para la próxima vez, si quiere acortar tiempos, que no nos explique el Plan Estratégico de Turismo otra vez. Nos lo ha explicado y agotado casi todo su tiempo explicando el Plan Estratégico de Turismo que ya lo conocíamos. Si se hubiese metido de lleno y con valentía en lo que usted quiere, la creación de una empresa pública... Y le digo con valentía porque en este mismo documento que usted nos ha pasado, por una parte, dice que estaría encantado tras el análisis correspondiente de que la mejor fórmula fuera desarrollar todas las actividades desde la dirección general –eso lo dice usted al principio–, y en los últimos párrafos usted deja la traca final hablando de las ventajas que la consultora propone si fuese una empresa pública. Es decir, por una parte, estaría encantado de que la cosa siguiera A, pero por otra parte le parece muy interesante que la cosa pareciera B. Y a nosotros eso nos dice que la cosa está muy verde y que no hay datos. Ni

quiera sé cómo se han atrevido a abrir el melón porque si ustedes no están seguros, no entendemos la finalidad última por la que se ha abierto este melón de una empresa pública.

Luego, cuando estamos viendo el plan, de repente aparece un poco diluido en los nueve puntos... En el quinto punto, gobernanza del turismo, hay nueve puntos y uno de ellos es la empresa pública. Y ahí aparece una ficha del plan, que usted adjunta aquí y adjunta muy bien. Pero nos preocupa una cosa que ya advertimos cuando vinieron los funcionarios y es que en los dos párrafos explicativos de esta ficha dice lo mismo y utiliza dos sustantivos: eficacia y agilidad. Y en el segundo párrafo dice: acometer con agilidad y eficacia. Es decir, repite eficacia y agilidad en los dos párrafos. Lo demás es desarrollo, pero en la explicación hay dos párrafos y el primero empieza: «Para resolver de forma eficaz y ágil las necesidades derivadas de...» Y en el segundo: «Debe permitirle acometer con agilidad y eficacia...» Es decir, si alguien le pregunta ¿por qué se quiere crear una empresa pública de turismo? La respuesta es por eficacia y por agilidad. Y eso es una crítica absoluta a su propia gestión. Y eso nos preocupa. ¿Ahora no es ágil y eficaz la gestión de la Dirección General de Turismo? Pregunto. O pregunto directamente a la directora general. ¿O es que se quiere de alguna forma contratar no siguiendo los cauces establecidos en la Administración?

Bueno, pues pongamos las medidas, sentémonos con el secretario general técnico, sentémonos con Gobierno Abierto, sentémonos con todas las áreas e intentemos hacer una Administración ágil y eficaz, no una empresa ágil y eficaz. Y ahí comparto absolutamente la exposición del señor Ramírez. Una empresa pública debería ser cuando menos igual de ágil y eficaz que la Administración porque tendría que tener los mismos recursos de control que la Administración. Por lo tanto, no entendemos muy bien que el único argumento que nosotros hemos visto aquí es que sea ágil y eficaz. Como ágiles y eficaces han sido ustedes en hacer esta contratación de una consultoría a Expertus DNA para que les hagan ese informe, ese informe que por supuesto nos encantaría ver. No sé si nos lo darán, pero nos encantaría verlo. Usted ha dicho claramente que lo han hecho por contratación directa porque hay prisa. Hay prisa. Si se hubiese hecho por otros cauces, por concurso o por lo que fuera, hubiese tardado dos meses. Lo ha dicho usted, no lo he dicho yo. En este caso, ustedes han sido ágiles y eficaces por lo que veo, pero había prisa. No lo entiendo muy bien.

Por lo tanto, nosotros estamos a la espera de leer ese informe –estaremos encantados de leerlo–, estamos a la espera del informe del servicio de organización que también nos parece bastante importante. Y en el ámbito de las excusas... Lo han comparado con lo que puede haber en otras Comunidades autónomas que pueden tener o no estas empresas públicas. Nosotros tampoco lo vemos como un argumento en ningún caso porque ya sabemos que Navarra tampoco tiene televisión autonómica y no nos va nada mal.

Y, por último, una pregunta que usted no ha dicho en esta comparecencia, pero que sí dijeron los empleados el otro día y que nos preocupa. Usted ha dicho que en ningún caso quiere hacer competencia a la empresa privada. Y nosotros estamos totalmente de acuerdo con eso. Pero el otro día lanzaron aquí –y yo quiero que usted me remarque que eso no es así– que se va a pedir que la empresa pública tenga licencia de agencia de viajes. Eso salió aquí, se puso encima de la mesa y a nosotros nos preocupó, por lo que simbólicamente significa de competencia desleal hacia un sector, el de las agencias de viajes, que no lo está pasando muy bien.

Por lo tanto, y acabando, nosotros seguimos intentando hacer una tabla con los pros y los contras. A día de hoy, la columna de los contras está colapsada y la columna de los pros está más bien blanca, aunque es verdad que tenemos que esperar muchos más datos. Seguiremos los acontecimientos, pero a priori, de momento, nuestro posicionamiento para la creación de una empresa pública de turismo es negativa. Gracias.

SR. PRESIDENTE EN FUNCIONES (Sr. Zarraluqui Ortigosa): Muchas gracias, señor Garmendia. A continuación, por parte de la Agrupación de Parlamentarios y Parlamentarias Forales del Partido Popular Señor, tiene la palabra el señor García Jiménez por diez minutos.

SR. GARCÍA JIMÉNEZ: Gracias, Presidente. Agradecemos las palabras del señor Ayerdi. Sinceramente, creo que no se disipan aquellas dudas que se plantearon el otro día por parte de los representantes de los trabajadores. Parece ser que ya hay perfilada una solución que es el hecho de que se va a constituir una nueva empresa pública. Parece ser que se considera como una opción muy interesante. Es lo que aparece en el propio documento y yo simplemente me remito a lo que hoy nos ha comentado, que le parece o les parece una opción interesante para realizar las nuevas actividades incluidas en el nuevo plan estratégico.

Nosotros consideramos que engordar la Administración no es el canal correcto para poner en marcha un plan estratégico que compartimos. Creo que todos los aquí presentes creemos o compartimos el objetivo de hacer del turismo un sector estratégico. Quizás existen diferencias en la forma. Nosotros tampoco consideramos necesario la construcción de una nueva empresa pública y más si existen los medios que hay y el propio personal que se tiene y, si no, buscando la colaboración público-privada que ha funcionado en otros lugares y ha hecho que el turismo sea un referente en otras Comunidades. Por lo tanto, nosotros no somos partidarios, como digo, de hacer más grande la Administración, sino de aprovechar los propios recursos de los que se dispone, que hasta ahora han funcionado de manera correcta.

Insisto en que hay muchísimas dudas de las que el otro día en la comparecencia se plantearon por parte de los representantes de los trabajadores en el hipotético caso de la constitución de una nueva empresa pública para poner en marcha alguna de las funciones –que tampoco están definidas– del nuevo plan estratégico. Existen pros y existen contras. Entiendo que también se ha hecho un análisis en profundidad de estos pros y de estos contras.

Y me gustaría saber o la duda que tenemos por parte del Partido Popular es qué funciones va a tener en su caso esta nueva empresa pública. Y otra de las cuestiones es la falta de comunicación que ha existido en este caso y más cuando ha creado un cierto revuelo entre los trabajadores, porque el hecho de que vengan a comparecer los representantes de los trabajadores, al no estar de acuerdo con las fórmulas que se plantean por parte de este Gobierno, quizás sea también falta de comunicación y de tener en cuenta la opinión de los mismos para empezar a poner en marcha este plan estratégico.

Insisto en que aún hay dudas que no han quedado resueltas que, según pase el tiempo y también según la posición de los diferentes partidos, puede que se vayan resolviendo, pero a día de hoy parece ser que tampoco existe una decisión final tomada por parte de este Gobierno, pero todo parece indicar que será –insisto, es lo que hoy se nos ha explicado y se nos ha planteado en esta Comisión– la opción elegida o preferida por parte de este Gobierno

que es la creación de una empresa pública, y que el Partido Popular no comparte. Muchas gracias.

SR. PRESIDENTE EN FUNCIONES (Sr. Zarraluqui Ortigosa): Muchas gracias, señor García Jiménez. Y para finalizar este turno de intervenciones tiene la palabra la representante de la Agrupación de Parlamentarios y Parlamentarias Forales de Izquierda-Ezkerra, la señora de Simón Caballero. Diez minutos.

SRA. DE SIMÓN CABALLERO: Muchas gracias, señor Presidente. Egun on. Buenos días, señorías. Buenos días, señora Ezkutari. Buenos días, señor Ayerdi. Gracias por las explicaciones que nos ha dado y por la documentación que nos ha entregado.

Yo creo que no cabe duda –lo han comentado antes algunos portavoces que me han precedido en el orden de la palabra– de que el turismo es un sector estratégico tanto para el desarrollo económico de Navarra como para el desarrollo rural y el cultural.

Antes que nada, quiero hacer un inciso para pasarle la pelota al portavoz de Unión del Pueblo Navarro. Quiero decirle que se quede con su pelota porque yo ya tengo la mía. En este Parlamento somos cincuenta parlamentarios y yo voy a expresar la opinión de ese 4 por ciento. Me halaga que usted me dé tanto peso específico en esta cuestión. No obstante, insisto, quédese usted con su pelota porque no se ha manifestado ni a favor ni en contra del tema que nos trae hoy aquí.

Decía que yo creo que estamos de acuerdo en esa cuestión. Desde luego en Izquierda-Ezkerra en lo que tiene que ver con el plan estratégico de turismo –que evidentemente sigue en proceso de participación– compartimos el análisis que se hace en el mismo y compartimos las medidas que en él se concretan para desarrollar este sector en Navarra.

En todo caso, ahí están los fines. Usted ha hablado de los fines, los objetivos y los planes operativos de estos seis programas tan interesantes, entre los cuales está el de la gobernanza. En las cuarenta y ocho medidas hay una que es un cuarentaiochoavo de toda la cuestión. Es un cuarentaiochoavo, pero el peso específico de esa medida es muy amplio y, por lo tanto, es lo que nos trae aquí y nos preocupa.

En Izquierda-Ezkerra tenemos una sensación agri dulce, pero no de tranquilidad, después de haber oído su intervención porque conocer que no hay una decisión tomada –como no puede ser de otra manera porque el plan todavía está en proceso de participación, como decíamos– y que se va a tomar esa decisión con calma, nos ha parecido algo positivo, pero yo particularmente me he quedado un poco confusa por su intervención porque, por un lado, usted ha dicho: ojalá podamos acometer todo este plan con los medios propios, pero por otro, me ha parecido que estaba usted posicionándose a favor de la creación de este ente instrumental, de esta empresa pública por las ventajas que le veía.

Entonces, en este sentido, nosotros reiteramos la posición que manifestamos ayer porque, después de sus explicaciones, no encontramos justificación suficiente para la creación de una empresa pública. Creemos que si el modelo actual, si la estructura actual de esta dirección general o la estructura actual de la organización de los recursos para para la organización y la

gestión del desarrollo del sector turístico en Navarra no funciona correctamente, habrá que reorganizarlos y habrá que actuar.

Yo entiendo, y no me cabe ninguna duda, señor Ayerdi, que usted y su equipo han valorado las potencialidades y las debilidades del modelo actual en función de los objetivos que pretende. No me cabe ninguna duda. Me gustaría que nos lo hubiera explicado un poco más, pero no me cabe duda.

Pero en todo caso, insisto, nosotros no vemos ese ítem, esa medida, ese cuarentaiochoavo. En todo caso, si hay falta de agilidad en la Administración pública, es una estructura que usted dirige –me lo va a permitir. Es una estructura que usted dirige y habrá que poner esos medios e implementar los mecanismos necesarios para que esa agilidad sea mayor.

En todo caso, no conocemos ese informe de la auditoría o del auditor o de la auditora, y esperamos también el informe del servicio de organización al que usted ha hecho referencia. Pero, insisto, en todo caso hoy seguimos en la misma posición. No compartimos que haya que generar una empresa pública, otra sobreestructura, porque no le vemos ventajas. Y en las columnas del señor Garmendia –yo veo filas porque cada uno organiza su cabeza como le parece–, mi fila de los contras está bastante más llena que la fila de los pros. Gracias.

SR. PRESIDENTE EN FUNCIONES (Sr. Zarraluqui Ortigosa): Muy bien, muchas gracias, señora de Simón. Con esta última intervención concluye el turno de los grupos. Y para finalizar esta comparecencia tiene la palabra el señor Consejero. ¿Le bastará con diez minutos?

SR. CONSEJERO DE DESARROLLO ECONÓMICO (Sr. Ayerdi Olaizola): Quiero agradecer por mi parte las intervenciones de todos. Yo creo que la comparecencia de hoy muestra cómo efectivamente hay decisiones que están tomadas y otras que no. Y desde luego está por la que se me pregunta hoy ni estaba tomada antes ni está tomada ahora en este momento. Yo creo que eso es lo importante.

Yo he tratado de darles las certezas que les puedo dar porque entiendo que son certezas, y también les he dicho con total honestidad y claridad aquellas que entendemos que deben ser estudiadas con más calma.

Dentro de las certezas, está la certeza de que sí vamos a proceder a la reestructuración del servicio de marketing, manteniendo su dimensión en cuanto al número de personas, haciendo que esa reestructuración encaje mejor con lo establecido en el plan estratégico. Yo creo que esa es una certeza clara. También es una certeza clara que vamos a culminar el proceso de aprobación del plan estratégico –planes operativos, retorno a las aportaciones realizadas y aprobación final, elaboración de presupuesto. Certeza también de que detectadas situaciones o percepciones dentro de lo que es todo el proceso dentro de la Administración –percepciones de unos respecto al trabajo de otros y de otros respecto al trabajo de unos– de que aquello no está del todo encajado, hay que trabajar ahí, y hay que tratar de mejorar eso entre todos. Eso es fundamental. Esas son las certezas que les he dado hoy.

Y en cuanto a la empresa pública o no empresa pública, lo que les he dicho es que creo que hay razones para no desechar la opción, para estudiarla con calma. Esto es lo que les digo. No les doy la certeza de que la desecho porque creo que hay razones para estudiarlo en

profundidad. Esta es la situación y desde esa perspectiva vamos a seguir trabajando. Por supuesto, la información, cómo no, está a su disposición, tanto el informe de la agencia como el del servicio de innovación, etcétera, y lo que vayamos haciendo en el futuro. Faltaría más. Por mi parte nada más.

SR. PRESIDENTE EN FUNCIONES (Sr. Zarraluqui Ortigosa): Muchas gracias, señor Consejero. Con esta última intervención, y no sin antes despedir y agradecer la presencia tanto del señor Ayerdi como de la señora Ezkutari, se levanta la sesión.

(Se levanta la sesión a las 10 horas y 20 minutos.)