

XI. SOCIEDAD DE PROMOCIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO ARAGONÉS, S. A. U.

XI.1. Naturaleza, objeto y régimen jurídico

La empresa de la Comunidad Autónoma de Aragón Sociedad de Promoción y Gestión del Turismo Aragonés, S. A. U. (en adelante Turismo de Aragón) fue creada, de conformidad con lo previsto en el artículo 73.3 del texto refundido de la ley de Patrimonio de la Comunidad Autónoma de Aragón y en el artículo 84 del texto refundido de la Ley de Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón, por Decreto 199/2001, de 18 de septiembre, del Gobierno de Aragón.

Reviste forma jurídica de sociedad anónima y su capital social está suscrito en su totalidad por la CA, a través de la Corporación Empresarial Pública de Aragón, S.L.U.

El objeto social de la empresa pública Turismo de Aragón es la promoción y el desarrollo del sector turístico de Aragón, dirigiendo su actividad principalmente a la potenciación del sector turístico en todos sus aspectos y el desarrollo de cuantas actividades tiendan a tal fin, la gestión de las instalaciones turísticas que le sean asignadas por el Gobierno de Aragón, la investigación y el análisis de nuevos productos turísticos, la edición de todo tipo de material promocional, en cualquiera de los soportes que se estimen oportunos, la producción y la distribución de la información que favorezca el desarrollo turístico aragonés, la coordinación de las acciones promocionales de otras entidades, públicas o privadas, que tengan igual fin, en el marco de la política turística general, la realización de estudios y propuestas dirigidos a la mejora de la calidad del turismo de Aragón, en sus distintos ámbitos y subsectores y en general, cuantas actividades contribuyan al mejor desarrollo turístico de la Comunidad Autónoma de Aragón.

De acuerdo con el artículo 2 del Decreto 199/2001, la sociedad se rige por sus Estatutos sociales, por el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital y por la normativa de general aplicación a las empresas de la Comunidad Autónoma.

XI.2. Actividad desarrollada en el ejercicio

En el ejercicio 2010, Turismo de Aragón ha gestionado las instalaciones hoteleras que configuran la Red de Hospederías de Aragón y la red de oficinas de turismo y puntos de información turística.

También ha realizado actividades de promoción de Turismo de Aragón a través de patrocinios publicitarios por importe, al menos, de 1.100 miles de euros.

Para la realización de sus actividades normales de promoción y la gestión de establecimientos hoteleros ha precisado subvenciones de explotación por importe de 6.311 miles de euros.

XI.3. Análisis del área de contratación

Normativa y grado de aplicación

La empresa Turismo de Aragón es un “poder adjudicador”, conforme al artículo 3 LCSP y, por tanto, actúa sometida a las reglas contractuales públicas para la adjudicación de sus contratos regulados.

La alegación no altera la incidencia indicada en el informe. En consecuencia, no se estima la alegación. No se modifica el informe.

Contratos formalizados en el ejercicio 2010 y comunicados al Tribunal de Cuentas

De acuerdo con la información facilitada por el Tribunal de Cuentas, Turismo de Aragón ha comunicado al organismo fiscalizador estatal la celebración de veinticuatro contratos formalizados en el ejercicio 2010.

No se ha detectado por la Cámara de Cuentas de Aragón la celebración de otros contratos no comunicados al Tribunal de Cuentas.

Revisión de los expedientes de contratación

Con objeto de analizar el sometimiento de la contratación realizada por Turismo de Aragón en el ejercicio 2010 a la normativa aplicable, la Cámara de Cuentas de Aragón, de entre los contratos comunicados al Tribunal de Cuentas, ha seleccionado la muestra detallada en el cuadro siguiente:

Nº orden de la muestra	Tipo de contrato	Objeto	Precio de licitación (miles de euros)	Adjudicación			
				Fecha	Procedimiento	Adjudicatario	Precio (miles de euros)
74	8	Patrocinio Publicitario Internacional de Aragón en las World Series By Renault	500	01-06-10	NS	RPM Racing S.L.	500
75	8	Publicidad y promoción turística en los vuelos de la compañía	300	27-12-10	NS	Pyrenees Regional Airlines S.A.	300
76	8	Adenda al contrato Publicidad y promoción turística en los vuelos de la compañía	300	18-02-10	NS	Pyrenees Regional Airlines S.A.	300

El trabajo realizado ha consistido en comprobar si la tramitación de los contratos seleccionados se ajusta a la normativa aplicable en las distintas fases de preparación, selección del contratista y adjudicación, efectos, cumplimiento y extinción del contrato.

1. *“Contrato de publicidad con RPM Racing S.L, Renault Sport Technologies S.A.S. y Ciudad del Motor Aragón S.A. para promoción de la marca “Turismo de Aragón” en distintos eventos deportivos de las World Series 2010 y 2011” con un presupuesto de adjudicación de 500 miles de euros.*

Estamos ante un supuesto de contrato privado de patrocinio publicitario.

Examinado el expediente, se han observado las siguientes incidencias:

- El contrato ha sido adjudicado obviando cualquier clase de procedimiento incumpliendo lo previsto en el art. 20 LCSP para la preparación y adjudicación de los contratos privados de patrocinio publicitario de los previstos en el art. 24 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.²⁷⁶

²⁷⁶ ALEGACIÓN. Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

- 277
- No consta que, como actuación preparatoria, exista documentación justificativa que permita valorar las prestaciones que debe efectuar el patrocinado y que para la determinación del precio hayan sido valoradas a precio de mercado, de conformidad con lo previsto en el artículo 76 LCSP.
 - No se han elaborado pliegos que establezcan las características básicas del contrato y que deben ser parte integrante del contrato conforme a lo dispuesto en el art. 121.2 LCSP.
 - No se ha acreditado la aptitud para contratar de los adjudicatarios conforme a lo exigido en el artículo 43.1 LCSP según el cual, sólo pueden contratar con el sector público las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, que tengan plena capacidad de obrar, no estén incursas en una prohibición de contratar, y acrediten su solvencia económica, financiera y técnica o profesional o, en los casos en que así lo exija esta Ley, se encuentren debidamente clasificadas.
 - No ha sido objeto de publicación ni la licitación ni la adjudicación incumpliendo el artículo 175 LCSP.²⁷⁸

2. *“Addenda contrato de patrocinio publicitario entre Sociedad de Promoción y Gestión del Turismo Aragonés S.A.U. y Pyrenees Regional Airlines S.A. para promocionar el turismo aragonés” con un presupuesto de adjudicación de 300 miles de euros.*

Se trata de una addenda que complementa un contrato anterior para promocionar el turismo aragonés, aprovechando la realización de los vuelos regulares operados por Pyrenair y que tiene como destino el Aeropuerto de Huesca-Pirineos, a través de la rotulación del fuselaje de uno de los aviones utilizado por la compañía Pyrenees Regional Airlines S.A. con el logotipo de TURISMO de ARAGÓN. Con la addenda se aumenta hasta cuatro la cantidad de aviones rotulados.

Examinado el expediente, se han observado las siguientes incidencias:

- El contrato ha sido adjudicado obviando cualquier clase de procedimiento, incumpliendo lo previsto en el art. 20 LCSP para la preparación y adjudicación de los

La celebración del citado contrato fue acordada en la reunión del Consejo de Administración de 12/05/2010, tal y como consta en el acta que se adjunta. Forman parte asimismo del expediente los documentos que RPM racing, SL ha entregado a Turismo de Aragón en cumplimiento de lo establecido en el contrato.

Se trata de un contrato privado de patrocinio, adjudicado de acuerdo con el artículo 154 apartado d) de la LCSP.

CONTESTACIÓN.

Se estima parcialmente la alegación. El contrato no es el único documento que obra en el expediente. En consecuencia, se modifica el informe en ese aspecto.

²⁷⁷ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

Se trata de un contrato publicitario por el que a cambio de un precio se publicita la marca Aragón en distintos eventos de carácter internacional. No se puede concluir que no exista un equilibrio económico de las prestaciones, puesto que ese tipo de promoción publicitaria en eventos deportivos internacionales tiene un coste muy elevado.

CONTESTACIÓN.

Se estima parcialmente la alegación. En consecuencia, se suprime el párrafo relativo a la existencia o no de un contrato.

²⁷⁸ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 153.2 LCSP, esta publicidad no sería necesaria puesto que al haberse adjudicado conforme a lo establecido en el artículo 154 apartado d) no era posible la concurrencia de otras ofertas.

CONTESTACIÓN.

De conformidad con el artículo 175 LCSP, el artículo 153.2 no resulta de aplicación. En consecuencia, no se estima la alegación. No se modifica el informe

contratos privados de patrocinio publicitario de los previstos en el art. 24 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.²⁷⁹

- La Cámara de Cuentas constata que en el negocio jurídico suscrito faltan los elementos precisos para que pueda sostenerse la existencia de un contrato, en particular, el equilibrio económico de las prestaciones. Realmente, bajo la apariencia formal de contrato, existe el otorgamiento de una ayuda pública de forma directa, sin someterse a la normativa sobre subvenciones y ayudas públicas.²⁸⁰
- No consta que haya una real equivalencia de las prestaciones de ambas partes, elemento esencial en el contrato de patrocinio que se configura como un negocio jurídico que tiene naturaleza bilateral, onerosa y conmutativa y, en cuanto tal, las contraprestaciones mutuas deben ser económicamente equilibradas.²⁸¹
- No queda acreditado que el logotipo de TURISMO de ARAGÓN se haya rotulado en el fuselaje de cuatro aviones que era lo que constituía el objeto de la adenda, sino que de la información gráfica, suministrada por TURISMO de ARAGÓN, el mencionado logotipo solo figura en tres aviones, con matrículas EC-YSI, EC-HOS, EC- KBO.²⁸²
- En particular, este contrato incumple la normativa comunitaria en materia de ayudas públicas, en concreto del artículo 87 del Tratado Constitutivo de la Unión Europea, tal como ha sido interpretado por la Comisión en la Comunicación de 9 de diciembre de 2005, sobre Directrices comunitarias sobre la financiación de aeropuertos y las ayudas estatales de puesta en marcha destinadas a compañías aéreas que operen desde aeropuertos regionales, que imponen, las siguientes condiciones:²⁸³

²⁷⁹ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

Forma parte del expediente el acuerdo del Consejo de Administración de 02/11/2010 en el que se acordó proceder a la celebración del contrato. Forma parte también del expediente los certificados de estar al corriente de obligaciones tributarias, así como las diferentes memorias que se han entregado en prueba del cumplimiento de lo establecido en el contrato. Se trata de un contrato privado de patrocinio, adjudicado de acuerdo con el artículo 154 apartado d) LCSP

CONTESTACIÓN.

De conformidad con el artículo 175 LCSP, los artículos 154 y 153.2 LCSP no resultan de aplicación. Se estima parcialmente la alegación en cuanto que el contrato sea el único documento que obra en el expediente. En consecuencia, se modifica el informe.

²⁸⁰ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

El contrato con Pyrenair es un contrato publicitario por el que la empresa se obliga a la inserción publicitaria del logotipo Turismo de Aragón. Este tipo de publicidad tiene un coste elevado, de ahí que no se pueda concluir que no existe una equivalencia de las prestaciones. Se trata por tanto de un contrato y no de una ayuda directa.

CONTESTACIÓN.

La alegación recoge justificaciones o aclaraciones que no modifican la opinión del informe. En consecuencia, no se estima la alegación. No se modifica el informe

²⁸¹ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

El contrato con Pyrenair es un contrato publicitario por el que la empresa se obliga a la inserción publicitaria del logotipo Turismo de Aragón. Este tipo de publicidad tiene un coste elevado, de ahí que no se pueda concluir que no existe una equivalencia de las prestaciones.

CONTESTACIÓN.

La alegación recoge justificaciones o aclaraciones que no modifican la opinión del informe. En consecuencia, no se estima la alegación. No se modifica el informe

²⁸² **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

Se rotularon los aviones EC-YSI, EC-HOS, EC- KBO y EC-JRV. Se acompañan las imágenes de dichos aviones.

CONTESTACIÓN.

Se estima parcialmente la alegación. Se acredita la rotulación de tres aviones. En consecuencia, se modifica el informe.

²⁸³ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

Como se trata de un contrato publicitario y no del otorgamiento de una ayuda, no se incumple la citada normativa comunitaria.

- 1) Que las ayudas se limiten a la apertura de nuevas rutas o nuevas frecuencias.
- 2) Viabilidad futura y carácter decreciente. La línea que reciba ayudas debe ser viable en un futuro, es decir, cubrir al menos sus costes sin necesidad de financiación pública.
- 3) Compensación por costes suplementarios de puesta en marcha. La cuantía de la ayuda debe estar vinculada estrechamente a los costes suplementarios de puesta en marcha vinculados a la inauguración de la nueva ruta o frecuencia. Por el contrario, la ayuda no puede destinarse a sufragar costes de explotación habituales.
- 4) La ayuda decreciente puede concederse por un periodo máximo de tres años, sin que su cuantía pueda superar ningún año el 50% de los costes anuales subvencionables.
- 5) Publicación anual, para cada aeropuerto, de la lista de rutas que perciben ayudas, así como notificación a la Comisión de las ayudas de puesta en marcha.

3. *“Contrato de patrocinio publicitario entre Sociedad de Promoción y Gestión del Turismo Aragonés S.A.U. y Pyrenees Regional Airlines S.A. para promocionar el turismo aragonés” con un presupuesto de adjudicación de 300 miles de euros y una vigencia desde el 27 de diciembre de 2010 al 31 de marzo de 2011.*

Examinado el expediente, se han observado las siguientes incidencias:

- El contrato ha sido adjudicado obviando cualquier clase de procedimiento, incumpliendo lo previsto en el art. 20 LCSP para la preparación y adjudicación de los contratos privados de patrocinio publicitario de los previstos en el art. 24 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.²⁸⁴
- No consta que haya una real equivalencia de las prestaciones de ambas partes, elemento esencial en el contrato de patrocinio que se configura como un negocio jurídico que tiene naturaleza bilateral, onerosa y conmutativa y, en cuanto tal, las contraprestaciones mutuas se suponen económicamente equilibradas.²⁸⁵
- La Cámara de Cuentas constata que en el negocio jurídico suscrito faltan los elementos precisos para que pueda sostenerse la existencia de un contrato, en particular el equilibrio económico de las prestaciones. Realmente, bajo la apariencia

CONTESTACIÓN.

La alegación recoge justificaciones o aclaraciones que no modifican la opinión del informe. En consecuencia, no se estima la alegación. No se modifica el informe.

²⁸⁴ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

Forma parte del expediente el acuerdo del Consejo de Administración de 01/03/2011 en el que se acordó proceder a la celebración del contrato. Forma parte también del expediente los certificados de estar al corriente de obligaciones tributarias, así como las diferentes memorias que se han entregado en prueba del cumplimiento de lo establecido en el contrato. Se trata de un contrato privado de patrocinio, adjudicado de acuerdo con el artículo 154 apartado d) de la LCSP.

CONTESTACIÓN.

De conformidad con el artículo 175 LCSP, el artículo 154 d) no resulta de aplicación. Se estima parcialmente la alegación, en cuanto a que el contrato sea el único documento que obra en el expediente. En consecuencia, se modifica el informe.

²⁸⁵ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

El contrato con Pyrenair es un contrato publicitario por el que la empresa se obliga a proceder a la rotulación con el logotipo de Turismo de Aragón de alguno de los aviones con que opera la compañía, además de la inserción del logotipo de Turismo de Aragón en los cabeceros y mayordomía a bordo. Se trata por tanto de un contrato y no de una ayuda directa.

CONTESTACIÓN.

La alegación recoge justificaciones o aclaraciones que no modifican la opinión del informe. En consecuencia, no se estima la alegación. No se modifica el informe.

formal de contrato, existe el otorgamiento de una ayuda pública de forma directa, sin someterse a la normativa sobre subvenciones y ayudas públicas.²⁸⁶

- El contrato finaliza de forma anticipada el 15 de febrero de 2011 por la suspensión de la actividad de la empresa Pyrenees Regional Airlines S.A. Se pagan las dos terceras partes del precio previsto en el contrato, atendido que la compañía ha presentado información gráfica relativa al avión rotulado y a la vista del número de operaciones realizadas y de la publicidad efectuada por la compañía.
- En particular, este contrato incumple la normativa comunitaria en materia de ayudas públicas, en concreto del artículo 87 del Tratado Constitutivo de la Unión Europea, tal como ha sido interpretado por la Comisión en la Comunicación de 9 de diciembre de 2005, sobre Directrices comunitarias sobre la financiación de aeropuertos y las ayudas estatales de puesta en marcha destinadas a compañías aéreas que operen desde aeropuertos regionales, que imponen, las siguientes condiciones:²⁸⁷
 - 1) Que las ayudas se limiten a la apertura de nuevas rutas o nuevas frecuencias.
 - 2) Viabilidad futura y carácter decreciente. La línea que reciba ayudas debe ser viable en un futuro, es decir, cubrir al menos sus costes sin necesidad de financiación pública.
 - 3) Compensación por costes suplementarios de puesta en marcha. La cuantía de la ayuda debe estar vinculada estrechamente a los costes suplementarios de puesta en marcha vinculados a la inauguración de la nueva ruta o frecuencia. Por el contrario, la ayuda no puede destinarse a sufragar costes de explotación habituales.
 - 4) La ayuda decreciente puede concederse por un periodo máximo de tres años, sin que su cuantía pueda superar ningún año el 50% de los costes anuales subvencionables.
 - 5) Publicación anual, para cada aeropuerto, de la lista de rutas que perciben ayudas, así como notificación a la Comisión de las ayudas de puesta en marcha.

En el análisis del registro de contratos y convenios de Sociedad de Promoción y Gestión del Turismo Aragonés S.A.U. se ha observado que el gasto en el ejercicio 2010 se realiza a través de contratos y convenios en la siguiente proporción:

	Importe (miles de euros)	%
Convenios realizados en 2010	4.048	59,38%
Contratos realizados en 2010	2.769	40,62%
TOTAL	6.817	

²⁸⁶ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

El contrato con Pyrenair se trata de un contrato publicitario por el que empresa se obliga a proceder a la rotulación con el logotipo de Turismo de Aragón de alguno de los aviones con que opera la compañía, además de la inserción del logotipo de Turismo de Aragón en los cabeceros y mayordomía a bordo. Se trata por tanto de un contrato y no de una ayuda directa.

CONTESTACIÓN.

La alegación recoge justificaciones o aclaraciones que no modifican la opinión del informe. En consecuencia, no se estima la alegación. No se modifica el informe.

²⁸⁷ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

No se incumple la normativa comunitaria en materia de ayudas públicas, en particular, las directrices comunitarias sobre financiación de aeropuertos y ayudas destinadas a compañías aéreas, ya que se trata de un contrato publicitario y no del otorgamiento de una ayuda.

CONTESTACIÓN.

La alegación recoge justificaciones o aclaraciones que no modifican la opinión del informe. En consecuencia, no se estima la alegación. No se modifica el informe.

Por tanto, la utilización de la figura del convenio por la entidad es preponderante frente a la figura del contrato.

A continuación se muestran los convenios suscritos por la entidad en el ejercicio 2010 agrupados según la finalidad perseguida:

Tipos de convenios	Número de convenios		Importe convenios	
	Número	%	Importe (miles de euros)	%
Patrocinios publicitarios	28	40,00%	549	13,56%
Promoción	7	10,00%	1.003	24,78%
Colaboraciones	16	22,86%	615	15,18%
Realización de acciones turísticas	13	18,57%	220	5,45%
Financiación inversiones	5	7,14%	894	22,08%
Planes competitividad turística	1	1,43%	767	18,94%
Total	70	100,00%	4.048	100,00%

Los convenios se han suscrito con los siguientes tipos de entidades (*):

Instituciones feriales y Cámaras de Comercio	5
Entidades sin ánimo de lucro	43
Entidades públicas	19
Entidades religiosas	6
Empresas	5

(*)En algunos convenios hay más de un sujeto, por lo que no cuadran con el número de convenios del cuadro anterior.

Se han detectado las siguientes incidencias:

- Sociedad de Promoción y Gestión del Turismo Aragonés S.A.U. realiza actividades de fomento del turismo a través de convenios que, en algunos casos, se materializan en el otorgamiento de ayudas públicas de forma directa. El Decreto 199/2001, de 18 de septiembre, de creación de la empresa de Turismo de Aragón, no contempla, de forma expresa, que la empresa tenga atribuida la función de conceder ayudas públicas.²⁸⁸
- El objeto de alguno de los convenios de colaboración formalizados por Turismo de Aragón, no tienen relación directa aparente con el objeto social de la sociedad.²⁸⁹

²⁸⁸ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

Todos los convenios que Turismo de Aragón suscribe tienen relación con la política promocional del turismo que se desarrolla por la empresa. No pueden considerarse estos convenios ayudas públicas otorgadas por Turismo de Aragón. Se trata de colaboraciones para la realización de diversas actividades que repercuten de un modo u otro en el fomento del turismo en sus diferentes manifestaciones.

CONTESTACIÓN.

La alegación recoge justificaciones o aclaraciones que no modifican la opinión del informe. En consecuencia, no se estima la alegación. No se modifica el informe

²⁸⁹ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

Todos los convenios que Turismo de Aragón suscribe tienen relación con la política promocional del turismo que se desarrolla por la empresa. No pueden considerarse estos convenios ayudas públicas otorgadas por Turismo de Aragón. Se trata de colaboraciones para la realización de diversas actividades que repercuten de un modo u otro en el fomento del turismo en sus diferentes manifestaciones.

CONTESTACIÓN.

- Se ha examinado el Convenio de colaboración entre la sociedad Turismo de Aragón y el Ayuntamiento de Botorrita para la restauración del retablo mayor dedicado a San Agustín de la Iglesia Parroquial de Botorrita y el Convenio de colaboración entre la sociedad Turismo de Aragón y el Ayuntamiento de Velilla de Ebro para la restauración del Molino y del Norial. En estos dos convenios se prevé, de forma expresa la facturación y el pago directo por parte de Turismo de Aragón a los proveedores que indique la contraparte del convenio, cláusula irregular pues no se trata de servicios prestados directamente por los proveedores a la empresa pública. En estos convenios, la ejecución de la actividad que constituye su objeto le corresponde al beneficiario y no a Turismo de Aragón.²⁹⁰
- Sociedad de Promoción y Gestión del Turismo Aragonés S.A.U. está realizando actividades denominadas patrocinios publicitarios a través de convenios. Estos negocios jurídicos, en caso de reunir los requisitos del patrocinio, deberían someterse en cuanto a su preparación y adjudicación a la normativa relativa a la contratación pública.

XI.4. Análisis de área de morosidad

De acuerdo con los datos sobre morosidad comunicados por Promoción y Gestión del Turismo Aragonés, S. A. U. a la Intervención General de la Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón para la realización por esta última del informe sobre morosidad que debe remitir trimestralmente al Consejo de Política Fiscal y Financiera, según el acuerdo 1/2010, de 22 de marzo, del Consejo de Política Fiscal y Financiera, por el que se aprueba el acuerdo marco con las Comunidades Autónomas y Ciudades con Estatuto de Autonomía sobre sostenibilidad de las finanzas públicas 2010-2013, el periodo medio de pago es de 56 días en inversiones y de 66 días en gastos de explotación.

Concepto	Datos comunicados por la entidad a la Intervención General de la Comunidad Autónoma			Datos comprobados por la Cámara de Cuentas de Aragón	
	Pagos realizados		Periodo medio de pago	de Aragón	
	Nº de operaciones	Importe (en miles)		Importe (en miles)	Periodo medio de pago
Inversiones	16	386	56 días	Correcto	Correcto
Gastos de explotación	803	5.313	66 días	5.606	65 días
Total	819	5.699			

Los datos obtenidos por la Cámara de Cuentas en los gastos de explotación difieren de los comunicados a la Intervención General por un error reconocido por la propia empresa en las cifras declaradas a la Intervención General.

Dado que el plazo de pago en las operaciones comerciales, a partir de la entrada en vigor de la Ley 15/2010, de modificación de la Ley 3/2004, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, es 85 días, Promoción y Gestión del Turismo Aragonés, S. A. U. cumple el plazo de pago en las inversiones y en los gastos de explotación.

La alegación recoge justificaciones o aclaraciones que no modifican la opinión del informe. En consecuencia, no se estima la alegación. No se modifica el informe.

²⁹⁰ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

La suscripción de esta cláusula por parte de Turismo de Aragón se debe a que las entidades públicas con la que colabora no pueden, con carácter general, facturar directamente a Turismo de Aragón, de ahí que remitan las facturas de sus proveedores debidamente comprobadas y visadas para que sean abonadas. Estas facturas se contabilizan en una cuenta de gasto, puesto que estos servicios efectivamente no se prestan directamente a Turismo de Aragón.

CONTESTACIÓN.

La alegación recoge justificaciones o aclaraciones que no modifican la opinión del informe. En consecuencia, no se estima la alegación. No se modifica el informe.

Los datos comunicados por Promoción y Gestión del Turismo Aragonés, S. A. U. a la Intervención General de la Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón sobre el importe de la deuda pendiente de pago a 31 de diciembre de 2010 y la antigüedad de dicha deuda figuran en el cuadro siguiente:

Datos comunicados por la entidad a la Intervención General de la Comunidad Autónoma			Datos comprobados por la Cámara de Cuentas de Aragón		
Concepto	Pendiente de pago		Antigüedad de la deuda	de Aragón	
	Nº de operaciones	Importe (en miles)		Importe (en miles)	Antigüedad de la deuda
Inversiones	3	59	22 días	Correcto	Correcto
Gastos de explotación	113	1.073	21 días	1.644	13 días
Total	116	1.132			

Los datos obtenidos por la Cámara de Cuentas difieren de los comunicados a la Intervención General por un error reconocido por la propia empresa a la Intervención General.

En la memoria del ejercicio 2010, en cumplimiento del deber de información sobre los aplazamiento de pagos a proveedores previsto en la disposición adicional tercera de la Ley 15/2010, de 5 de julio, se recoge que el saldo pendiente de pago a proveedores a 31 de diciembre de 2010 que acumula un aplazamiento superior al plazo legal de pago en el ejercicio 2010, asciende a 361 miles de euros.

XI.5. Análisis del área de endeudamiento

El importe de las deudas a corto y largo plazo, según las cuentas anuales de Promoción y Gestión del Turismo Aragonés, S. A. U. del ejercicio 2010, es el siguiente (en miles):

TIPO DE DEUDA	LARGO PLAZO	CORTO PLAZO	TOTAL DEUDAS
Deudas con Entidades de Crédito.			
Acreedores comerciales.		3.157	3.157
Otras deudas.			
Total deudas		3.157	3.157

XI.6. Análisis del grado de autonomía/dependencia de los recursos públicos

A continuación se presenta el volumen de transacciones realizadas por la Sociedad de Promoción y Gestión del Turismo Aragonés S.A. con los Departamentos y organismos públicos de la Administración CA. Los ingresos procedentes de la Comunidad Autónoma de Aragón representan un 96,57% sobre el importe total de sus ingresos y un 95,77% de sus gastos de explotación:

INGRESOS CORRIENTES/EXPLOTACIÓN procedentes de la C.A. Aragón	Importe (miles de €)	Observaciones
Subvenciones de explotación	6.431	
Transferencias		
Encargos de ejecución		
(A) Total ingresos procedentes C.A. Aragón	6.431	
(B) Total ingresos explotación (Cifra de negocios + otros ingresos de la explotación)	6.659	
(A/B) %Total ingresos procedentes C.A. Aragón sobre total Ingresos Explotación	96,57 %	
(C) Total gastos brutos de explotación	6.715	
(A/C) % Total ingresos procedentes C.A. Aragón sobre total gastos explotación	95,77%	

Del importe total de subvenciones recibidas (6.431 miles de euros), 375 miles de euros proceden del Instituto Aragonés de Fomento, 300 miles de euros de la Corporación Empresarial Pública de Aragón y el resto procede del Departamento de Industria, Comercio y Turismo.

El importe de subvenciones de capital recibidas en el ejercicio que proceden de la Comunidad Autónoma de Aragón asciende a 488 miles de euros.

XI.7. Análisis del área de personal

Aspectos generales

La plantilla de Sociedad de Promoción y Gestión de Turismo de Aragón (a 31 de diciembre de 2009 y 2010, clasificada por categorías profesionales, con el detalle de las variaciones por altas y bajas producidas en el ejercicio 2010, según datos proporcionados por la propia empresa) es la siguiente:

Categorías Profesionales	31/12/2009	Altas	Bajas	31/12/2010
Altos directivos				
Resto de personal directivo	2			2
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales de apoyo	3			3
Empleados de tipo administrativo		2	1	1
Comerciales, vendedores y similares				
Resto de personal cualificado	5	1		6
Trabajadores no cualificados				
Total personal	10	3	1	12

El gasto de personal habido en el ejercicio 2010, y su variación respecto al ejercicio 2009, se muestra en el siguiente cuadro:

Gastos de personal (según Cuenta de Resultados)	2009	2010	% Variación 2009-2010
Sueldos y salarios	296	310	4,59%
Seguridad Social a cargo de la empresa	78	75	-4,45%
Otras gastos sociales	0	0	0,00%
Total	374	384	2,70%
Plantilla media	11,00	12,00	9,09%
Gasto medio por trabajador	34	32	-5,86%

Análisis estructura retributiva e incremento retributivo ejercicio 2010

En cuanto a la estructura retributiva, el artículo 87 del texto refundido de la Ley de Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón prevé que el personal de las empresas públicas se rige por el derecho laboral. Asimismo, prevé que las retribuciones del personal laboral no directivo deben estar homologadas con las del personal de igual o similar categoría de la Administración de la Comunidad Autónoma.

De conformidad con el artículo 26 del texto refundido por el que se aprueba el Estatuto de los Trabajadores, la estructura del salario (que debe comprender el salario base y, en su caso, complementos salariales fijados en función de circunstancias relativas a las condiciones personales del trabajador, al trabajo realizado o a la situación y resultados de la empresa) se determina, mediante la negociación colectiva o, en su defecto, el contrato individual. Por lo

tanto, la estructura de las retribuciones debe adecuarse al Convenio Colectivo aplicable o al contrato individual.

Según el acuerdo del Consejo de Administración de fecha 29 de diciembre de 2003, el personal se sujeta al Convenio colectivo del sector de oficinas y despachos (Convenio publicado en el Boletín Oficial de la Provincia de Zaragoza de 9 de marzo de 2010 y cuya vigencia se inicia desde el 1 de enero de 2009 hasta el 31 de diciembre de 2010).

Con objeto de determinar si la estructura retributiva (esto es, conceptos fijos y variables) del personal se ajusta a lo previsto en el citado Convenio Colectivo, se han examinado varias nóminas del ejercicio 2010 de varios trabajadores de la empresa. No se han detectado incidencias.

En cuanto al incremento de las retribuciones en el ejercicio 2010 respecto al ejercicio 2009, las retribuciones del personal de la empresa pública Turismo de Aragón S.A.U., de acuerdo con el artículo 8 del Convenio Colectivo del sector de oficinas y despachos, han experimentado un incremento del 1,3%.

Se han detectado las siguientes incidencias:

- De conformidad con el artículo 22.1.g) de la Ley de Presupuestos Generales del Estado para el ejercicio 2010 y el artículo 16 de la Ley de Presupuestos de la Comunidad Autónoma de Aragón, el personal de Turismo de Aragón S.A.U. forma parte del personal al servicio del sector público de la Comunidad Autónoma de Aragón y por tanto, las retribuciones del personal de la empresa no podían experimentar un incremento superior del 0,3% respecto al ejercicio 2009.²⁹¹
- No consta informe favorable de la Corporación Empresarial Pública de Aragón, S.L.U. al incremento retributivo para el ejercicio 2010, incumpliendo lo previsto en el artículo 26 de la citada Ley 12/2009, de 30 de diciembre.²⁹²

Con fecha 5 de julio de 2010, se aprueba por el Consejo de Administración de Turismo de Aragón S.A.U. la homologación de las retribuciones del personal de la empresa con las del personal de igual o similar categoría de la Administración de la Comunidad Autónoma prevista en el artículo 87.3 del texto refundido de la Ley de Administración de la Comunidad Autónoma. Dicha homologación supone un incremento de gasto global de 20 miles de euros al año.

²⁹¹ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

La actualización de la retribución al Convenio adscrito se realizó de acuerdo con el artículo 26 de la Ley 12/2009, de 30 de diciembre, de Presupuestos de la Comunidad Autónoma de Aragón para el ejercicio 2010. De acuerdo con lo establecido en este artículo, Turismo de Aragón solicitó a la Corporación Empresarial Pública de Aragón informe favorable para aplicar las subidas salariales de acuerdo con el convenio aplicable a la empresa. La actualización fue autorizada mediante e-mail de la CEPA el 14 de junio de 2010.

CONTESTACIÓN.

La alegación recoge justificaciones o aclaraciones que no modifican la opinión del informe. En consecuencia, no se estima la alegación. No se modifica el informe.

²⁹² **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

Se solicitó informe favorable y se autorizó por e-mail.

CONTESTACIÓN.

De acuerdo con la documentación aportada en fase de alegaciones, se estima la alegación. En consecuencia, se modifica el informe.

Posteriormente, las retribuciones del personal de Turismo de Aragón S.A. experimentaron con efectos 1 de octubre de 2010, de acuerdo con las Instrucciones de la Corporación Empresarial de Aragón, la reducción del 5% prevista en el Real Decreto Ley 8/2010, de 20 de mayo, por el que se adoptan medidas para la reducción del déficit público y en la Ley 5/2010, de 24 de junio, por el que se adoptan medidas extraordinarias en el sector público de la Comunidad Autónoma de Aragón para la reducción del déficit público.²⁹³

La aplicación de la reducción debió de haberse aplicado desde el 1 de junio de 2010 y no desde el 1 de octubre de 2010.

La misma incidencia concurre en la disminución retributiva que se aplica al Director Gerente a partir del 1 de julio de 2010, de acuerdo con las Instrucciones de la Corporación Empresarial de Aragón, en contra de lo previsto en el artículo 17.7 de la Ley por la que se adoptan medidas extraordinarias en el sector público de la Comunidad Autónoma de Aragón para la reducción del déficit público, que recoge que la disminución se aplicará desde el 1 de junio de 2010.²⁹⁴

Selección de personal

De conformidad con el artículo 55 de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público y el artículo 87 del texto refundido de la Ley de Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón, el personal debe ser seleccionado mediante convocatoria pública basada en los principios de igualdad, mérito y capacidad.

Se ha examinado el expediente de contratación del siguiente personal:

- Contrato de interinidad Técnico de Administración.
- Contrato de interinidad Técnico de Turismo.

Se han detectado las siguientes incidencias:

- Turismo de Aragón ha realizado los contratos de interinidad a través de un procedimiento de selección. No obstante lo anterior, en el acta de la comisión de evaluación no se motiva suficientemente la elección del candidato/a finalmente seleccionado.²⁹⁵

²⁹³ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

De acuerdo con la DA 26ª de la Ley 5/2010 la reducción no era aplicable al personal laboral no directivo. En Turismo de Aragón no se llevó a cabo ningún tipo de negociación con su personal para la aplicación de dicha reducción, aplicándose la instrucción de fecha 17/12/2010 de la Corporación Empresarial Pública de Aragón que estable que la reducción salarial se aplicará con efectos 1 de octubre al personal laboral no directivo y con efectos 1 de julio al personal directivo.

CONTESTACIÓN.

La alegación recoge justificaciones o aclaraciones que no modifican la opinión del informe. En consecuencia, no se estima la alegación. No se modifica el informe.

²⁹⁴ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

De acuerdo con la DA 26ª de la Ley 5/2010 la reducción no era aplicable al personal laboral no directivo. En Turismo de Aragón no se llevó a cabo ningún tipo de negociación con su personal para la aplicación de dicha reducción, aplicándose la instrucción de fecha 17/12/2010 de la Corporación Empresarial Pública de Aragón que estable que la reducción salarial se aplicará con efectos 1 de octubre al personal laboral no directivo y con efectos 1 de julio al personal directivo.

CONTESTACIÓN.

Se aclara el informe. Turismo de Aragón en la reducción salarial del personal directivo siguió las instrucciones de la Corporación Empresarial Pública de Aragón. En consecuencia, se modifica el informe.

²⁹⁵ **ALEGACIÓN.** Presentada por el Gerente de Turismo de Aragón.

Turismo de Aragón cumple con el artículo 87 del DL 2/2001, de 3 de julio del Gobierno de Aragón.