



SESIÓN PLENARIA

7.- Interpelación N.º 133, relativa a situación de las páginas web del Gobierno relacionadas con el turismo, presentada por el Grupo Parlamentario Mixto. [9L/4100-0133]

LA SRA. VALDÉS HUIDOBRO (en funciones de Presidenta): Continuamos con el orden del día, pasamos al punto siete.

Por favor Sr. Secretario.

EL SR. CARRANCIO DULANTO: Interpelación N.º 133, relativa a la situación de las páginas web del Gobierno relacionadas con el turismo, presentada por el Grupo Parlamentario Mixto.

LA SRA. VALDÉS HUIDOBRO (en funciones de Presidenta): Es un debate del artículo 163. Tiene un turno para la exposición el portavoz del Grupo Parlamentario Mixto D. Rubén Gómez.

EL SR. GÓMEZ GONZÁLEZ: Muchas gracias Sra. Presidenta. Señorías.

Recientemente fue noticia esta región a nivel nacional. Yo creo que la anterior vez que abrimos también telediaros fue con el caso del concierto de Enrique Iglesias y su final y más recientemente los abrimos con una traducción un tanto sui generis que había hecho el Ayuntamiento de Santander de su página web de turismo, una traducción que podía resultar cómica en un principio, podría resultar cómica si no fuera precisamente porque era la web de turismo de la capital de Cantabria y que creo que nos ha avergonzado esa traducción a todos los cántabros y a todos los santanderinos.

Pero más allá de la cuestión de lo que es hacer mal las cosas y sobre todo no reconocer esos errores, porque esto se produjo un par de días antes de FITUR y además Santander llevaba como gran novedad esta página web, manda narices que en 2018 la gran novedad o la gran apuesta de turismo de alguna institución sea una página web. Y ya si encima la traduces mal pues apaga y vámonos.

Pero más allá de lo que fue la cuestión pasajera de la página web que desconozco sinceramente si sigue activa, yo aunque solo fuera por vergüenza torera lo hubiera cerrado al minuto uno de que la gente hubiera empezado a reirse ya digo de ese nefasto trabajo.

Lo que sí hizo al menos a Ciudadanos fue llevarnos a hacernos una pregunta, bueno, ¿qué pasa con el resto de web de nuestra región?, ¿qué pasa en esta Comunidad Autónoma que apostamos tanto por el turismo y que el turismo es tan importante, en qué estado se encuentran nuestras páginas web?, ¿cómo nos anunciamos al exterior?

Esto máxime si tenemos en cuenta que los datos de turismo extranjero en Cantabria desde 2015 a este último año 2017, que es donde tenemos datos, se han prácticamente estancado, entre otras cosas porque en 2016 hubo una bajada de un casi 10 por ciento del turismo, que se ha compensado el año pasado sí es cierto, pero que como digo desde 2015 hasta aquí nos hemos quedado estancados, cuando hay una gran apuesta por parte de la Consejería y del Gobierno con conexiones de avión a otros países de nuestro entorno, supongo que esas conexiones no solamente son para que viajen los cántabros al exterior y al extranjero sino también para que vengan turistas. Los datos luego no parecen ser muy alentadores en este sentido.

Bueno, pues si repasamos estas páginas web, nos encontramos que la del Gobierno Regional está sin traducir, Ayuntamiento de Santander y Ayuntamiento de Torrelavega aunque sean de carácter municipal están sin traducir. La de Turismo de Cantabria me voy a detener un poco más adelante en ella está traducida con Google, herramienta de Google, es solo una pestañita arriba en algunas partes, si bien es cierto que la home está –dicen– traducida aunque luego si pinchas en alguno de los..., por ejemplo Saint James Way que es el Camino Lebaniego parece ser, cuando pinchas en ello te manda a la página en castellano y esa sí se traduce con la herramienta Google que ahora le voy a enseñar Sr. Consejero una cosa en la que seguro que coincide conmigo que es totalmente graciosa.

La del Soplao está sin traducir, el más en Santander, vuelvo a nivel municipal, está sin traducir, bien es cierto que el ayuntamiento tampoco lo cuida mucho lo que es su infraestructura para qué va a cambiar la página web.

La del Año Jubilar está traducida con Google que es un buen buscador y hace traducciones bueno, para salir del paso pero entiendo que una institución que se quiere vender al exterior y la imagen que trasladamos al exterior debiera ser algo más serio.

El Puerto de Laredo que lo hablamos en la última Comisión está traducida, es cierto que hay errores sobre todo en la parte en inglés donde faltan palabras, donde se siguen traduciendo los nombres propios, cosa que no suele ser muy



recomendable porque luego se concurre en errores como el Atlantic Park of Flames que hizo la traducción en la página de turismo de Santander. La de CANTUR está traducida también con Google.

Bueno, a lo mejor es la forma habitual, el uso habitual ¿verdad? del resto de administraciones de este país, bueno pues entonces dijimos vamos a mirar qué hacen otras administraciones de nuestro entorno. Ayuntamiento de Gijón, traducido en inglés, francés, alemán y ruso. Ayuntamiento de Bilbao, en inglés y en euskera; no le voy a pedir que lo traduzcan en Euskera pero bueno al menos en inglés..., digo a ustedes a Cantabria.

Ayuntamiento de Sevilla: inglés, francés, italiano y alemán. La página del Xacobeo está traducida en inglés, en italiano, en portugués y en gallego. La de turismo de Caravaca que este año competía con nosotros, con el Año Jubilar, está traducida al inglés, ¡qué menos!

Otras Comunidades Autónomas, por ejemplo, de nuestro entorno: Asturias, inglés, francés, alemán, italiano y portugués. Euskadi, inglés, francés, alemán, chino, ruso, portugués, japonés y euskera.

Le voy a reconocer una cosa aquí, he interpretado que el japonés y el chino estaban porque evidentemente lo ponen en su idioma nativo e interpretado por el alfabeto que utilizaban que eran chino y japonés aunque esto no se lo puedo asegurar.

Turismo Castilla y León, inglés y francés. La Rioja, que es una Comunidad Autónoma de dimensiones que se puede asemejar a la nuestra, inglés, francés, alemán y chino; en esta sí ponía, especificaba, que era chino.

En definitiva, Señorías, hay una clara diferencia, la imagen que trasladamos al exterior, el esfuerzo que hacemos por vender lo nuestro al exterior, ahí está la diferencia entre quien se ha preocupado de hacerlo y quién no.

Pero claro luego llegamos ya al detalle y como decía a todo el mundo le ha hecho mucha gracia lo de Booty Center de la página de turismo de Santander ¿verdad? Bueno al Centro Botín supongo que no le hizo ninguna gracia. Porque de hecho corrieron muy rápido a solucionar lo de la página web, esa parte.

Pero qué pasa con Cantabria. Con Cantabria nos encontramos una cosa muy curiosa y es que, efectivamente, el Centro Botín cuando uno lo busca traducido, no lo traducen como (...) ni nada por el estilo, se traduce como: Botin Center. O Botin Center. Respetan el nombre propio, perfecto.

Pero cuando uno ve un poco más en la página web se encuentra con este detalle, que a mí me ha llamado mucho la atención, que es el: Booty Programing Center. Se refiere a la programación del Centro Botín. Yo, la traducción nunca en mi vida la podría llegar a hacer así, con las nociones al menos que tengo de inglés, a lo mejor es un inglés muy avanzado. Y como no sabía si era un inglés muy avanzado, lo que he hecho ha sido ir al diccionario Oxford y ver qué quería decir: booty, digo ¡uy!, no sé si se traducirá como Botín. Y me he ido, efectivamente, al diccionario Oxford. No se preocupe, que de esto luego le doy una copia.

En primer lugar, me he encontrado una primera acepción, que es la común en inglés, que se refiere: a bienes de gran valor, principalmente robados de gran valor que principalmente se centran en los que se refieren a una guerra. Es decir, es un botín, pero botín de... pues ya saben, pues eso, de algún pirata que se ha llevado el botín en una guerra.

Pero la mejor es la segunda acepción, Sr. Consejero. Y aquí coincidirá conmigo en que esto ya sí que es realmente preocupante. Que es la segunda acepción, que se refiere al inglés utilizado normalmente en Estados Unidos, efectivamente... –Mire, el Consejero de Educación demuestra conocimientos– Que dice, textualmente: “a person’s bottom”. ¿Qué es el “bottom”? Pues como está traducido esta página web, exactamente con la misma parte del cuerpo; que es donde la espalda pierde su nombre, que se suele decir... (risas)

LA SRA. VALDÉS HUIDOBRO (en funciones de Presidenta): Señorías, por favor, ríanse un poco más bajo.

EL SR. GÓMEZ GONZÁLEZ:... –Perdón– parte sobre la que se sienta uno... (risas)... Con mil perdones. La parte baja de la espalda, justo ahí con las caderas... O sea, ya me entiende usted, no hace falta que le diga exactamente cuál ¿verdad?.

Claro, habida cuenta de esto, Sr. Consejero; esto es un error que digo, nos puede dar lugares aquí a que nos divirtamos un rato y a reírnos, pero es la imagen que traslada Cantabria al exterior.

Yo, que he tenido que utilizar porque he viajado al extranjero y he tenido experiencias en el extranjero, he tenido que utilizar páginas de otros países. Y cuando uno no conoce el idioma, pues recurre a las traducciones que en ellas hacen. Cuando he visto alguna traducción que no era muy correcta en español, la primera sensación que me he llevado ha sido mala y negativa, por parte de ese lugar que iba a ir a visitar.



Evidentemente, este tipo de errores los puede cometer todo el mundo, pero –insisto– el hecho de que las principales páginas de Cantabria no estén traducidas, que haya errores como éste. Pues ¡hombre! A mí, sinceramente, me parece poco serio.

Efectivamente cuando uno entra en la Página de Turismo de Cantabria ve la herramienta “Google”, pues le da la posibilidad de traducir en 104 idiomas. Yo no discuto que tenga su utilidad y que se pueda utilizar esto con el urdu, con el bengalí, con el cingalés, incluso con el latín que es una de las opciones que te da. No sé si a día de hoy, alguien sigue utilizando esa lengua. Tampoco le voy a pedir que lo traduzca al ucraniano; o sí, no lo sé, depende de los datos que maneje su Consejería sobre los potenciales turistas de esta región.

Pero ¡hombre!, al menos en inglés, yo creo que tampoco es mucho pedir. Sobre todo para no llamar al Centro Botín, a la programación del Centro Botín como la denomina esta página.

Y he puesto este ejemplo, porque me ha parecido el más llamativo. Podríamos hablar largo y tendido sobre otros ejemplos, Sr. Consejero.

Insisto, me parece que una región que quiere apostar tanto por el turismo, que se cometan estos errores debiera preocupar a la Consejería y poner remedio lo antes posible.

Muchas gracias.

LA SRA. PRESIDENTA (Gorostiaga Saiz): Gracias, Sr. Gómez.

Contestación del Gobierno. Tiene la palabra D. Francisco Martín Gallego.

EL SR. CONSEJERO (Martín Gallego): Gracias, Sra. Presidenta.

Señorías. A ver, esto me va a llevar un rato explicarlo. Cualquiera, cualquier página en castellano, cualquiera, con la herramienta “Google translate” usted la traduce. Cualquier página, a su cuenta y riesgo. Es decir, usted entra en Traductor, le da: traducir al inglés. Y lo que salga ahí, lo ha traducido a su cuenta y riesgo.

Cosa diferente es, cosa diferente es, que la página tenga versión en inglés, no tiene nada que ver. Cualquier página del mundo en el idioma que sea entras arriba en la herramienta del Google Translator y le dice ahora me los pasas a ruso y te lo pasa a ruso.

Pero eso no quiere decir que esa sea la página oficial del Gobierno de Cantabria en inglés. Pero es que la tenemos. La realidad es que la tenemos. Mire usted existen la página turismo de cantabria que es en español para españoles. Tenemos la página web de turismo de cantabria para ingleses que es www.cantabriaspain.com.uk. Y tenemos la página web de turismo de Cantabria para franceses que es www.cantabriaespagne.fr esas dos páginas están con la información traducida de forma oficial y controlada. Repito.

Si usted coge la página de Ciudadanos Cantabria y le da al Google translator traducido al inglés también se la traduce. ¿Tiene usted responsabilidad sobre eso? No. verdad.

Ahora bien si hay una página Ciudadanos Cantabria para ingleses que sea ciudadanoscantabria.com.uk eso seguro que usted lo haya hecho con cuidado, que es lo que hemos hecho nosotros.

A parte esto en promoción turística también hoy en día más allá de las páginas, que también, lo que funcionan son las redes sociales. En Twitter y en Facebook tenemos canales en inglés que están atendidos por cuatro personas todas ellas con capacitación lingüística en los dos idiomas y se contestan en el idioma de quien realiza la pregunta.

Por lo tanto, lógicamente si uno coge la página web turismocantabria.com en español y le da al Google translator sale lo que puede hacer el Google translator, pero entra usted en www.cantabriaspain.co.uk y tendrá exactamente la información de turismo de Cantabria para anglófonos y en cantabriaespagne.fr en francés.

A usted le tengo por hombre de números Sr. Diputado a usted le tengo por hombre de números. Desde el 2015 hasta ahora el número de turistas internacionales ha crecido un 27 por ciento. No son datos míos son datos, 27 por ciento, son datos del INE, frente a los nacionales que han crecido un 24 por ciento.

Y las pernoctaciones extranjeras han crecido un 28,5 por ciento frente al 23 por ciento del crecimiento de los turistas nacionales. Es decir, mire usted, era uno de los deberes de esta región el turista internacional y la cosa va razonablemente bien, ¿puede ir mejor? Por supuesto que puede ir mejor.



Esta mañana nos hemos despertado con un dato para mí sorprendente, sinceramente bueno. Somos el aeropuerto de España con mayor crecimiento en enero, 36,5 por ciento. Pero es que en el año 2017, en el global del año pasado el Seve ha crecido un 20 por ciento. Tercer aeropuerto de mayor crecimiento de España.

Mire usted yo creo que la cosa va –seguro que podría ir muchísimo mejor– pero la cosa va razonablemente bien. Usted también decía en la exposición de motivos que le Gobierno de Cantabria no había salido a criticar el error cometido en la web del ayuntamiento de Santander.

Bastante tenemos, si no somos capaces de cerrar filas en lo que tiene que ver con turismo de Cantabria. Mire usted si el turismo de Santander va mal, el turismo de Cantabria va mal. Esas cosas que son, no dejan de ser un error que puede ocurrirle a cualquiera, cuanto más aire se le da es peor para todos.

No sé si al revés sería igual, no sé si nosotros cometemos un error se nos sacan los colores, seguramente sí, pero bueno, íbamos justo a FITUR cuando sale esta noticia. En FITUR lo que se trata es de hacer patria, Santander es uno de los buques insignias del turismo regional, no puede ser de otra manera, es la primera de las comarcas cántabras en cuanto a recepción de turistas. Por cierto, por cierto, Liébana era la séptima en 2016 y es la segunda en 2017. y por cierto, el número de turistas en el teleférico de Fuente De ha crecido un 22 por ciento. Es decir, la promoción turística funciona y si este año nos hemos enfocado en promocionar el año jubilar pues el resultado ha sido 22 por ciento de subida en el teleférico y que ha pasado de ser la séptima comarca a ser la segunda.

Por lo tanto es un trabajo de todos ¿no?, es un trabajo de todos, yo creo que en FITUR el Centro Botín, efectivamente era uno de los alicientes fundamentales que a nadie le interesaba que en lugar de ser el Centro Botín la noticia fuese la traducción al inglés de la página Web del Ayuntamiento de Santander del Centro Botín, por lo tanto no es de extrañar que para nosotros fuese un elemento al que no había quedar mucho más aire, en ese momento además en que FITUR estaba abriendo sus puertas.

Como le digo, si me hace el favor y entra en www.cantabriaspain.com.uk y cantabriaespagne.fr verá que ahí hay una traducción oficial de toda la información que para el turista anglófono, francófono tenemos que aportar.

Y repito, repito, cualquier página, cualquiera si usted tira de traductor de Google se la va a traducir, pero repito, pero ya es un acto voluntario del que decide que Google se lo traduzca, no responsabilidad lógicamente de quien ha puesto la información en la página web, sobre todo si como en este caso hay dos versiones en inglés y en francés.

Muchas gracias.

LA SRA. PRESIDENTA (Gorostiaga Saiz): Gracias Sr. Consejero.

Turno de réplica. Tiene la palabra el Sr. Gómez.

EL SR. GÓMEZ GONZÁLEZ: Sra. Presidenta. Señorías.

Gracias Sr. Consejero por sus explicaciones. Dos matices, en la exposición de motivos no hago referencia ninguna a que la Consejería no haya dicho nada, eso lo he dicho después cuando he presentado esta PNL en una rueda de prensa y en senda nota de prensa; que no tiene mayor importancia.

Como bien dice, yo soy una persona de números, pero como también pudo comprobar el Sr. Presidente, al comienzo de la legislatura, muy, muy al comienzo, al comienzo, yo creo que fue a los tres días del comienzo de la legislatura cuando me llamó para, bueno, entablar una conversación para ver si podía haber negociación para formar gobierno, y dio la casualidad que estaba atendiendo en aquel momento a dos turistas que eran alemanes a la entrada de este Parlamento y acabé ejerciendo de traductor del hoy Presidente.

Pues como comprobó en su día el Sr. Revilla, pues también tengo nociones por lo menos en diferentes idiomas tanto en inglés como alemán, que me permiten defenderme y me permiten tener conocimientos de lo que es bucear en páginas no solo de este país sino también del extranjero.

Y tengo cierto, cierta querencia porque los idiomas se traten adecuadamente, a pesar de que soy de números.

Efectivamente, lo que usted me dice es cierto, hay esas páginas cantabriasapin.com.uk, que es precisamente la página web, si uno entra en turismo de Cantabria y baja casi hasta el final ve un enlace que pone: entrar a esta web en inglés y le deriva a esa página.

Yo, con permiso de todos los presentes, que es esta de aquí. Efectivamente está en inglés como yo lo he dicho, la home está en inglés.



Si vamos a una parte, no sé, a lo que yo le decía, el recorrido que yo le decía antes. Vamos a cultura, uno entra en cultura St. James's Way, vamos a ver qué dice de St. James's Way, llegamos aquí y si carga, ¡oh yeah!, nos lleva a la página en castellano. Es decir, estamos hablando de la misma página, Sr. Consejero, la misma.

Y si dentro de esa página en inglés usted busca la programación del Centro Botín, esa no la encontrará, pero encontrará el Booty Program Center, ése sí le va a encontrar.

Por tanto tenemos el mismo problema. De poco o de nada me sirve tener una portada simple y llana en inglés, que está muy bien, ¡ajo!, ya bastante más que el Ayuntamiento de Santander tienen.

Discover the mountains, enjoy the coast, pues está muy bien, pero cuando luego queremos saber cuál exactamente qué es lo que pasa carecemos de esa infraestructura, carecemos de esa imagen que trasladamos al exterior. Si al final tengo que tirar de la herramienta de Google para traducir lo que realmente me interesa, que no es la portada, como usuario extranjero, pues al final la imagen que tendrá de Cantabria será la de: "¡madre mía, vaya interés más raro que utiliza esta gente!"

Insisto, se encuentran cosas, ahora lo recordaba, ha habido otra cosa que me ha llamado la atención, insisto que es la programación, dentro de la programación de la web, que eso también se puede regular y hay alguien que sabe más que yo de estas cosas, se puede regular lo que traduce o no se traduce; de la misma forma que ustedes han regulado que Centro Botín, la parte de Botín ahí no se traduzca. De la misma forma que han regulado eso también podían haber regulado, por ejemplo, que el centro cultural El Espolón de Comillas, no se traduzca como: "Cultural Center of Spur". Volvemos a lo mismo, los nombres propios... Estas cosas hay que cuidarlas un poquito.

Evidentemente, a todos nos gustaría que las noticias fueran: que subimos mucho en turismo, que los datos son maravillosos y son buenos. Pero si no cuidamos los pequeños detalles, si no cuidamos la imagen que trasladamos al exterior y no damos esa imagen de seriedad; Sr. Consejero, difícilmente lo vamos a conseguir. Insisto, ponemos todas las herramientas, pero luego no nos vendemos adecuadamente.

No cuesta nada, Sr. Consejero, no cuesta nada –entiendo yo– contratar a profesionales que realicen esta labor. Entre otras cosas porque luego nos ahorramos el sonrojo.

Veo que al Sr. Hernando no le parece suficiente. Pero se lo he enseñado en directo. La página que usted me dice, yendo a la información que es al final lo que busca la gente cuando entra en una página, no está traducida. La del Año Jubilar Lebaniego, no está traducida. Está traducida con el traductor de Google, Sr. Hernando. Ahora se lo enseño, no se preocupe.

Y con ese traductor de Google, nos encontramos el: "Booty Center". Pues oiga, yo prefiero que las traducciones no se hagan con el "booty", si puede ser y se hagan por profesionales, que en esta región tenemos muchos y muy buenos.

Muchas gracias.

LA SRA. PRESIDENTA (Gorostiaga Saiz): Gracias, Sr. Gómez.

Turno de duplica del Gobierno. Tiene la palabra el Consejero. Tiene la palabra D. Francisco Martín.

EL SR. CONSEJERO (Martín Gallego): Sra. Presidenta.

Qué bueno, Sr. Gómez, empezamos a salir ya con tablet a defender nuestras posturas, en lugar de con papeles. Esto promete. Esto promete.

Tendrá bastante que ver también –digo yo– la configuración del dispositivo con el que se acuda a la información. Porque en: Cantabriaspain.co.uk; en la tablet del Sr. Hernando sale perfectamente traducido. Y aquí abajo no dice: Programation of... Dice: What's on at Center Botín. O sea, que no solamente tendrá que ver con lo que está en la información en español, sino también probablemente en la configuración de la propia Tablet.

Aún con todo, aún con todo es evidente que no todo, en las páginas de Turismo, se traduce en el día a día... Bueno, ya le digo aquí sale perfectamente. Aquí sale perfectísimamente. Habrá muchas cosas que mejorar. Y es evidente que todo aquello que cambia con el día a día, en buena medida: o decidimos que el traductor de Google no tenga acceso a ello, o si accedemos que tenga acceso a ello hay que asumir que quien reciba esa información puede ver alguna incorrección.

Porque –repito– al final es decisión; usted mismo lo ha dicho, se entra en la página web del Año Jubilar y si no tiene una traducción oficial, le sale en español. Luego, por lo tanto, si el que desea leer eso en inglés acude a un traductor; el de Google, o cualquier otro, ya sabe que evidentemente puede tener incorrecciones.



Intentaremos lógicamente cada vez tener más información traducida de forma oficial y garantizada en nuestras páginas web. Hemos apostado de forma decidida por potenciar el turismo internacional. Hicimos al principio de legislatura un estudio respecto a qué es más interesante para Cantabria; qué tipo de turista, cuál es su perfil. El turista internacional está de media dos días más que el nacional. El turista internacional gasta de media 35 euros más al día, sobre todo el alemán que gasta 162 euros al día.

El turista alemán contrata sus vacaciones a través de agencias de viajes, mientras que el inglés o el francés lo hacen a través directamente de páginas web. Por eso hemos hecho un esfuerzo inicial en dotar la traducción inglesa y francesa, porque el alemán –repito– tira más aun a día de hoy de los viajes organizados por las agencias de viajes.

Y seguiremos trabajando. Y cada vez tenemos más conexiones internacionales. Y por lo tanto seguiremos promoviendo el destino Cantabria como un destino digamos apetecible para el turista internacional. Como le dije, como le he dicho antes era una de las apuestas de este Gobierno; los datos no están yendo mal –créame–. Le decía antes lo de usted es un hombre de números, porque usted siempre ha manejado información numéricamente correcta.

Y en este caso creo que en la evolución de los turistas internacionales, no dispone de una información correcta.

El INE, nos aporta esta información. El 27 por ciento, entre el 16 y el 17 creo que es una cifra magnífica. Y sobre todo, mire usted, jugamos en una liga en la que no deberíamos compararnos, los cántabros, con los baleares, o con los canarios, en materia de atracción de turistas internacionales. Cuesta años evolucionar en el mercado del turismo internacional. Pero sí podemos compararnos con los que están en nuestra misma liga ¿no?, que son los de la España verde. Bueno, hemos sido la tercera región que más ha subido en turismo, sobre todo hemos sido la primera región en el crecimiento turístico de la España verde. Y la primera en crecimiento de turistas internacionales en la España verde.

Bueno, habrá mucho que hacer, mucho en lo que trabajar pero realmente el sector turístico está evolucionando bastante bien y sobre todo en cuanto a la capacidad de atracción del turista internacional, como le decía antes, gasta de media 35 euros más por día que el turista nacional.

Le decía antes que tenemos dos personas en promoción turística y cuatro personas atendiendo a redes sociales con conocimientos certificados de inglés y francés.

Les pediré una vez más que hagan una revisión adicional, que la hagan periódicamente para intentar evitar en la medida de lo posible que los traductores automáticos tengan acceso a hacer estas cosas, pero hay una parte muy importante también que depende del propio usuario y de la herramienta que desee utilizar.

Nada más y muchas gracias.

LA SRA. PRESIDENTA (Gorostiaga Saiz): Gracias a usted Sr. Consejero.