



CORTES DE CASTILLA Y LEÓN

DIARIO DE SESIONES

Año 1988

II LEGISLATURA

N.º 57

COMISION DE TRANSPORTES, TURISMO Y COMUNICACIONES

Presidente: Don Angel Martín Vizcaíno

Sesión celebrada el día 26 de Abril de 1988, en Fuensaldaña

ORDEN DEL DIA

- 1- Presencia de Castilla y León en Ferias Turísticas nacionales y extranjeras desde Agosto de 1.987.
 - Programación, organización y resultados promocionales, con especial referencia a FITUR 88.
 - Previsiones para el resto del ejercicio de 1.988.
- 2- Detalle de la programación para 1.988 de las partidas presupuestarias incluidas en:
 - Medios de apoyo promocional.
 - Campañas turísticas.

SUMARIO

	Pág.		Pág.
Se inicia la sesión a las diecisiete horas veinte minutos	1.380	las dieciocho horas veintiséis minutos.	1.385
El Presidente, Sr. Martín Vizcaíno, abre la sesión.	1.380	El Presidente, Sr. Martín Vizcaíno, reanuda la sesión, y abre un turno de preguntas para los Sres. Portavoces de los Grupos Parlamentarios.	1.385
El Secretario, Sr. Martín González, da lectura al Orden del Día.	1.380	En turno de Portavoces, interviene el Procurador Sr. Póliz Laguna (Grupo de C.D.S.).	1.386
Intervención del Sr. Posada Moreno, Consejero de Fomento, para informar a la Comisión.	1.380	En turno de Portavoces, interviene el Procurador Sr. Lorenzo Martín (Grupo Socialista).	1.386
El Presidente, Sr. Martín Vizcaíno, suspende la sesión.	1.385	En turno de Portavoces, interviene el Procurador Sr. Marcos Oteruelo (Grupo de Alianza Popular).	1.389
Se suspende la sesión a las dieciocho horas, reanudándose a			

	Pág
Intervención del Sr. Posada Moreno, Consejero de Fomento, para contestar a las cuestiones planteadas.	1.390
En turno de réplica, interviene el Procurador Sr. Póliz Laguna (Grupo de C.D.S.).	1.392
En turno de réplica, interviene el Procurador Sr. Lorenzo Martín (Grupo Socialista).	1.393
En turno de dúplica, interviene el Sr. Posada Moreno, Consejero de Fomento.	1.393

	Pág
El Presidente, Sr. Martín Vizcaíno, abre un turno de preguntas para los Sres. Procuradores miembros de la Comisión.	1.395
En turno de preguntas, interviene el Procurador Sr. Martín González (Grupo de C.D.S.).	1.395
Contestación del Sr. Posada Moreno, Consejero de Fomento.	1.395
El Presidente, Sr. Martín Vizcaíno, levanta la sesión.	1.395
Se levantó la sesión a las diecinueve horas treinta minutos.	1.395

-(Se inicia la sesión a las diecisiete horas veinte minutos)

EL SEÑOR PRESIDENTE (SEÑOR MARTIN VIZCAINO): Buenas tardes, señor Consejero, señores Procuradores. A petición del Grupo Parlamentario Socialista, vamos a dar comienzo a la sesión de la Comisión de Transportes, Turismo y Comunicaciones, para que nos informe el Consejero sobre los puntos que a continuación leerá el señor Secretario. Por lo tanto, sin más preámbulos, tiene la palabra el señor Secretario para dar lectura al Orden del Día.

EL SEÑOR SECRETARIO (SEÑOR MARTIN GONZALEZ): El Orden del Día consta de dos puntos. El primero es: "Presencia de Castilla y León en ferias turísticas nacionales y extranjeras desde Agosto del ochenta y siete. Programación, organización y resultados promocionales, con especial referencia a FITUR'88. Previsiones para el resto del ejercicio del ochenta y ocho".

Y el segundo punto es: "Detalle de la programación para mil novecientos ochenta y ocho de las partidas presupuestarias incluidas en: Medios de apoyo promocional, campañas turísticas y material audiovisual".

EL SEÑOR PRESIDENTE (SEÑOR MARTIN VIZCAINO): Muchas gracias, señor Secretario. Tiene la palabra el señor Posada, Consejero de Fomento.

EL SEÑOR CONSEJERO DE FOMENTO (SEÑOR POSADA MORENO): Señor Presidente, Señorías. Comparezco ante esta Comisión de Transportes y Turismo, a petición del Grupo Socialista, y voy a explicar estos dos puntos que en la comparecencia se me piden.

Creo que es una buena ocasión de descender de - como era necesario hacer en las primeras comparecencias- las grandes ideas, de las opiniones sobre cómo conducir la política turística de la Comunidad, a concretar en los hechos, a concretar en las actuaciones que se han llevado a cabo. Indudablemente, la filosofía que impregna estas actuaciones será destacada a lo largo de mi intervención, y supongo que en la de los Portavoces y Procuradores, pero yo querría ceñirme lo más posible a dar datos concretos de cómo hemos actuado y los resultados, cuando han sido posible medirlos, y cómo han transcurrido las cosas.

Empezando por el primer punto, la presencia de Castilla y León en ferias turísticas nacionales y extranjeras, comenzando desde nuestra toma de posesión, en el primer Certamen en el que estuvimos presentes fue en la Bolsa Española de Turismo. Este Certamen, que se celebró en Madrid en el mes de Noviembre y al que acudió el Director General de Turismo, es un Certamen un tanto especial que organiza un promotor privado, Bill Coleman, pero que tiene una gran importancia porque ahí sí que tiene... es pura contratación. La actuación fundamental es contratar para la temporada siguiente, para la temporada..., ni siquiera quizá ochenta y siete ochenta y ocho, sino la ochenta y ocho ochenta y nueve, con el avance con que normalmente lo hacen las compañías internacionales, que son las que acuden.

Nuestra presencia fue muy interesante. Se establecieron contactos con esta persona, que se mostró interesada, incluso, en poder organizar en el futuro -en un cercano futuro- una Bolsa Española de Turismo en Valladolid, haciendo especial hincapié en las posibles relaciones que pudieran establecerse con las agencias y con los turoperadores de Castilla y León. En esta presencia nuestra, como una primera presencia, notamos que había una cierta falta de impulso por parte de la iniciativa

privada de nuestra Comunidad Autónoma. A excepción de alguna Agencia de Viajes que se volcó -y realmente con resultados muy interesantes para ella-, la mayoría de nuestras agencias o de nuestros operadores turísticos, quizá, no conocían tanto -como era lógico- esta Bolsa Española y, aunque hubo una presencia, pues estamos convencidos de que en el futuro esta presencia de nuestra Región va a ser mucho mayor y mucho más interesante.

Asistimos en los primeros días de Diciembre a la "World Travel Market", en Londres, que es un poco como la presentación internacional de las ofertas turísticas de todo el mundo. Nuestro stand, junto con el de otras Comunidades Autónomas (asistieron seis u ocho Comunidades Autónomas), era un stand digno en el que se dio todo el material promocional que en este momento se tenía y en donde se establecieron contactos, también interesantes, con turoperadores que por primera vez veían la presencia de Castilla y León y que se interesaron -y soy yo testigo, porque yo asistí a esta Convención- por todos los aspectos, quizá, paisajísticos, y por uno que es especialmente..., o a mí por lo menos me llamó la atención, que era el aspecto lingüístico, de tal forma que la propia BBC quería hacer un reportaje especial sobre el castellano en nuestra Región.

Entramos después en el tema de FITUR. Esta feria, que se celebró en Madrid del veintiséis al treinta y uno de Enero, bueno, todos éramos conscientes de que era quizá la Feria..., sin quizá, la Feria más importante de cuantas en España se organizan. Nosotros, al hacernos cargo de la Consejería, nos encontramos ya con una cierta predeterminación en algunos aspectos de nuestra presencia en FITUR. El aspecto esencial era el del espacio, tanto en número de metros como en localización, que era de doscientos veinticinco metros cuadrados y que suponía ya el estar en alguna forma sometidos a esa imposición y el poder actuar en ese espacio determinado.

Nosotros ahí intentamos, desde el primer momento, pues conseguir en esa misma Feria, pero fue imposible -y yo lo comprendo perfectamente-, un espacio mayor. Y, eso sí, inmediatamente después de terminada la Feria de FITUR'88, hemos comenzado los contactos con el Director General de la Feria, con el que se ha entrevistado ya dos veces el Director General de Turismo, para conseguir que para FITUR'89 nuestro espacio sea mucho mayor. Estamos intentando conseguir cuatrocientos metros cuadrados. Es posible conseguirlo, pero, claro, ello supone que alguien, por lo que sea, de esa zona de Comunidades Autónomas, o pide menos, o se retrasa en sus peticiones, o se habilita algún pabellón especial. Yo tengo esperanza de que nuestra presencia el año que viene suponga..., tenga más metros cuadrados, pero no podríamos en este momento dar seguridades.

Bueno, conocidos por todos -pues, en fin, por algo

llevamos ya una trayectoria en nuestra Comunidad Autónoma- problemas y planteamientos que habían ocurrido otros años en FITUR, nosotros, desde el primer momento, en la Consejería se pretendió dar una imagen de unidad capaz de transmitir en Madrid, en donde, aparte del aspecto turístico -no nos engañemos-, hay un aspecto político en el amplio sentido de la palabra, de una imagen de unidad de Castilla y León. Por ello hubiera sido muy deseable, y se intentó, que hubiera una presencia unitaria de Castilla y León, sin presencia de otras provincias por separado. No pudo ser así, y no pudo ser así, debo decirlo, sin culpa de nadie, porque había unos compromisos previos, tanto de Zamora como de Palencia, con la propia FITUR, donde hicieron su stand. Pero también debo añadir que tanto Zamora como Palencia estuvieron en nuestro stand como una provincia más y hubo una perfecta comunicación entre los stands de cada uno de los tres, de Castilla y León y de Palencia y Zamora, de tal forma que en todo momento se facilitó en todos ellos material de todas las provincias de Castilla y León. Asimismo, incluso debo decir que Palencia nos cedió su día para celebrar el Día de Castilla y León, y, al mismo tiempo renunciaron, tanto Palencia como Zamora, a celebrar su propio día.

Este pabellón, o este stand, se planteó con bastante tiempo, y se trató de hacer algo a lo que concurrieran todas las Diputaciones Provinciales, como decía antes, y para ello se mantuvieron una serie de reuniones previas a las que asistieron representantes de todas ellas. Asimismo, se contactó con la Federación de Hostelería, Agencias de Viajes, para que hubiera esa presencia unitaria de Castilla y León en FITUR. La premura con que planteamos el tema de FITUR no permitió realizar todos los gastos, o realizar todas las instalaciones, lo que es el desarrollo de la Feria, de una forma directa por parte de la Dirección General de Turismo, de la Consejería de Fomento, y su realización fue contratada a una empresa de Valladolid: SM2.

Yo, para valorar un poco nuestra presencia allí, en la Feria, el stand, de alguna forma -y no me importa reconocerlo, porque se va avanzando poco a poco-, quizá daba una imagen que se buscaba al principio, y se buscó, de todas las provincias dentro del stand de Castilla y León. Pero, al mismo tiempo, cada una de las provincias presentes allí, mostrando sus propios productos, sus propias ofertas turísticas, que si bien, yo creo que en algún momento fue bonita, fue atractiva, el desarrollo de la Feria nos fue indicando que quizá para el futuro había que ir a un pabellón en el que, estando las nueve provincias, no hubiera esa separación tan drástica -por emplear quizá esa palabra- entre unas provincias y otras.

Asimismo, se hizo durante el período de FITUR el Día de Castilla y León. Es un día que..., bueno, yo he leído cuidadosamente todas las críticas y he oído lo que se ha

dicho sobre ese Día, que ha suscitado elogios y críticas, como lógicamente debe ocurrir en una actuación de este tipo. Yo destaco un aspecto muy positivo, porque eso fue reconocido por todos los participantes en la Feria: que quizá el día de Castilla y León fue el Día más importante de los Días de FITUR, tanto desde el punto de vista popular como desde el punto de vista de animación; la presencia de nuestras autoridades regionales, tanto del Presidente de la Junta como del Presidente de las Cortes, como del Delegado del Gobierno, como Consejeros, Parlamentarios, Presidentes de Diputación, le dio -realmente un realce extraordinario. Hubo una verdadera expectación de personas que nada tenían que ver con Castilla y León y que, sin embargo, se sumaron a la festividad del día. Hubo después una jornada gastronómica en la que yo, nuevamente, quiero felicitar y quiero agradecer el esfuerzo enorme que hizo la Federación de Hostelería para poder dar de esa forma tan magnífica como dio todos los productos de la Región.

Sí hubo -y yo no debo ocultarlo- una cierta desorganización, que a veces se produce cuando las circunstancias superan las expectativas de la empresa. Generalmente, los precedentes que teníamos de otros años, pues, quizá no eran de esa cantidad de personas y, si bien yo debo decir que hasta el momento, durante toda la celebración oficial, acto de izado de bandera, etcétera, pues, bueno, se mantuvo -incluso con esa gran masa de gente que, sinceramente, no esperábamos-, se mantuvo una actuación perfectamente disciplinada, indudablemente, hubo un momento en la jornada gastronómica en que hubiera sido necesario un espacio doble o triple del que teníamos.

Bien, esto nos enseña para el futuro. Pero, en conjunto -y lo digo con toda sinceridad-, yo prefiero que las críticas justificadas que se hayan podido hacer del Día de Castilla y León en FITUR hayan sido por exceso de entusiasmo, o por exceso de personas, o porque nuestra capacidad fue desbordada, que haber hecho un acto perfectamente ritual, muy bien organizado, pero que no hubiera tenido ningún calor popular ni ningún atractivo de otro tipo.

Sí debo decir que FITUR, con lo que eso representa -que es a lo que yo me he referido-, que quizá es lo que conoce más el público que por allí pasa, o los que desde aquí siguen un poco, a través de los medios de comunicación, el desarrollo de FITUR, sin embargo tiene otra parte muchísimo más importante. Ahí en FITUR, realmente, es donde se hacen en España los contactos más importantes para toda la iniciativa privada y para todo el desarrollo turístico. Yo aquí tengo una relación larga, que no pretendo leer ni siquiera resumidamente a Sus Señorías, de las muchísimas personas que vinieron, establecieron relaciones con nuestras Agencias de Viajes, con nuestros turoperadores, con nuestra

Federación de Hostelería. Hubo una presencia importante en las ondas; lógicamente, una parte en publicidad, pero otra parte, también, pues, bueno, de entrevistas directas; yo tuve la posibilidad de hablar en el programa de "Protagonistas" de la COPE, fuimos mencionados reiteradas veces en "El estado de la Región", en fin, creo que fue una actuación que sirvió de pauta y de entrada a nuestras actuaciones en ferias turísticas.

Posteriormente, en los días del veinte al veintiocho de Febrero, hubo una presencia personal del Director General de Turismo en Los Angeles y en San Francisco, en Estados Unidos, con una organización que hizo la PANAM, junto la Oficina Internacional de Turismo de España, y patrocinada por INTROTUR, a la que asistieron varias Comunidades Autónomas. También era la primera vez que nosotros estábamos presentes allí y creo que fue muy interesante esa presencia, por lo menos ante el hecho de no ceder ante otras Comunidades Autónomas que se presentan como únicas representantes de España.

Finalmente, o no finalmente, pero a continuación, los días once al quince Abril se celebró en Barcelona RODATUR. Nosotros nos presentamos con un stand, que era el mismo, fundamentalmente, de FITUR, puesto que el stand de FITUR era un stand modular que permitía hacer actuaciones diferentes con el mismo stand, y cambiamos esa forma que había, a la que yo me refería antes, en FITUR, e hicimos algo que creo que ha sido mucho más acertado y, por lo menos, ha sido mucho mejor acogido por el público. En vez de esos nueve compartimentos o estancos, a pesar de que seguían estando en el stand los nombres y los escudos de cada una de las provincias, sin embargo transformamos el stand, y en la parte izquierda se pusieron una serie de mesas, en las cuales representantes de cada una de las Diputaciones -porque ésta es una constante de todas nuestras presencias: ir siempre con Diputaciones y con iniciativa privada-, pues, tenían, digamos, una mesa cada uno para que cada uno de ellos fuera hablando con todas las personas que vinieran a interesarse por la provincia determinada. Todas las Diputaciones, me parece que incluida León, que el primer día no estaba, tuvieron representante allí e hicieron una serie de contactos interesantes para ellas. Y en el otro lado del stand, pues, establecimos una fórmula más abierta con mesas y sillas para que fuera la propia iniciativa privada la que estableciera allí los contactos dirigidos a ellos y no directamente a las Diputaciones.

Se reforzó, digamos, lo que era la presencia con paneles luminosos y, desde luego, yo estuve presente en la inauguración y puedo asegurar que fue un verdadero éxito. La inauguración la hizo el Presidente de la Generalitat y tengo que decir que fui felicitado porque nuestro Pabellón realmente era una muestra muy importante,

más -yo me atrevería, comparando-, pues quizá -y allí se decía- uno de los dos, tres mejores de todo RODATUR.

Y tenemos previsto para los días dos al ocho de Mayo celebrar o asistir en FITUR... en Bilbao, perdón, al Salón del Turismo y del Tiempo Libre. Vamos a ir con el stand, dado que ha tenido éxito en RODATUR, los cambios serán mínimos y esperamos tener un éxito semejante. Es algo... nuestra presencia en Bilbao viene motivada, bueno, pues, a efectos turísticos porque, junto con Barcelona y Madrid, son nuestros dos... nuestro otro foco de atracción de visitantes, y, aparte, porque yo pienso -y en eso ya no hablo ni siquiera como Consejero de Fomento- que la presencia de Castilla y León en el Salón de Turismo y del Tiempo Libre de Bilbao es algo absolutamente necesario por otros ya parámetros distintos, y mientras esta Consejería pueda sería la última presencia que dejaríamos de estar.

Establecido ya lo que es el primer punto de la comparación, paso al segundo, que es: Detalle de la programación para mil novecientos ochenta y ocho, de las partidas presupuestarias incluidas en: medios de apoyo promocional, campañas turísticas, material audiovisual.

Es indudable que la dotación presupuestaria de la Dirección General de Turismo es insuficiente. Eso es algo que hemos reconocido todos y que para la importancia que el turismo tiene ya en Castilla y León y que va a tener en el futuro es preciso hacer un esfuerzo cada vez mayor. Pero pienso que si dentro, en el seno de la Junta, al principio, para hacer el anteproyecto de presupuestos, y en las Cortes, luego, para que se aprueben esos presupuestos, se va a pedir por esta Consejería un aumento en las dotaciones de turismo, eso exige que lo que ahora tenemos, por escaso que sea, se gaste de la forma más adecuada, se gaste en promocionar lo más necesario y que ese mismo gasto de dinero insuficiente nos muestre por qué necesitamos más. Pero primero hay que gastar bien lo que se tiene antes de poder pedir más.

En el aspecto de medios de apoyo promocional, de lo que tenemos 100.000.000 en el Presupuesto del ochenta y ocho, se han hecho, pues, diversas actuaciones. Una primera ha sido la coedición con Plaza & Janés de la Guía del Viajero de Castilla y León y la adquisición por parte de la Dirección General, para repartirlo, de cinco mil ejemplares. Ello supone un presupuesto de 3.500.000 pesetas. Esta colaboración, que ya Plaza & Janés ha hecho con otras Comunidades Autónomas, pretende hacer un libro de indudable calidad, en el que se muestre simultáneamente, pues, nuestra monumentalidad, como punto básico de Castilla y León, pero al mismo tiempo espacios naturales, alojamientos, posibilidades gastronómicas; es decir, enumeración de rutas básicas y una serie de aspectos verdaderamente interesantes para

nuestra Región. La propia Dirección General de Turismo ha aportado textos a esta edición de Plaza & Janés.

Una segunda actuación ha sido la edición de un folleto gastronómico que, con carácter general y en colaboración con EDITUR, ha de abarcar las peculiaridades gastronómicas y vinícolas de la Comunidad Autónoma. Indudablemente, nosotros -y eso es algo que hemos reiterado muchas veces-, al no poder contar con esa oferta, digamos, primaria de sol y playa, tenemos que intentar por todos los medios promocionar esas ofertas indirectas que, juntas todas, puedan, de alguna forma, balancear, cuando tenga que decidirse el presunto turista, esa oferta clara y concreta de sol y playa. Creo que la gastronomía es uno de los aspectos que ahora mismo pueden desarrollarse así. Este proyecto abarca una edición bilingüe español-inglés, que permite, lógicamente, llegar más allá de nuestras fronteras. El presupuesto aproximado es de unos 8.000.000 de pesetas.

Se está comenzando a abordar, también, la edición de un folleto de rutas turísticas que finalicen los proyectos ahora en marcha. Bueno, no se trata de abarcar aquí todas las ideas posibles, pero sí de dar unas posibilidades de rutas que, bueno, vayan abriendo ese turismo viajero propio de Castilla y León. Aquí ya se han empezado a hacer actuaciones, bueno, poniendo en los sitios más visibles de nuestra Comunidad, pues, rutas que pueden desarrollarse. Este es un presupuesto que ascenderá a 7.000.000 y se hará también en inglés y en castellano.

Existe también un proyecto, que se ha materializado ya, de editar un folleto de prestigio que sea un poco como una especie de libro que recoja las nueve provincias. Eso... se ha aceptado una sugerencia realizada por la revista "Guías de Viajes y Vacaciones", una revista verdaderamente de una gran presentación y para la que se recaba la colaboración de las Diputaciones Provinciales. Se pretende, después de una primera oferta y después de unas primeras páginas destinadas a Castilla y León como un todo, guiadas y pilotadas por la Dirección General de Turismo, que cada una de las Diputaciones Provinciales -ya lo ha hecho Zamora, me parece que la siguiente va a ser Soria, y se pretende que todas ellas entren en este proyecto, que se ha hablado ya con todas ellas-, vayan editando en meses sucesivos esas páginas de prestigio destinadas a esa provincia, y luego, con todas las ediciones de todos los meses, hacer un libro que pueda, incluso, entregarse, pues, en la propia FITUR. El presupuesto previsto asciende a unos 5.000.000 de pesetas.

Se encuentra en imprenta el folleto general de Castilla y León -éste que todas Sus Señorías conocen-, que lo vamos a hacer en cinco idiomas. Se ha presentado así ya en RODATUR, con realmente mucho éxito, en

francés, inglés, alemán, italiano y portugués, pretendiendo que sea un producto que no sea simplemente para echar una ojeada, sino que se guarde y en un momento determinado sirva para poder hacer un viaje, para poder mirar una dirección, para tener una idea de historia; en fin, para tener algo que se conserve, no simplemente que se tire. Nosotros, lógicamente, desde la Consejería estamos distribuyendo este folleto en esos idiomas y en castellano, lógicamente, por todos nuestros posibles conductos; pero hemos aceptado la colaboración de instituciones privadas, como Agencias de Viaje, industrias de hostelería... para hacer llegar este folleto como escarparte de Castilla y León a todas partes. Esta edición del folleto, que ha ascendido a 9.000.000 de pesetas, pretende ir sustituyendo poco a poco a un folleto anterior - el folleto "Tierra de Amigos"-, pero que no, en modo alguno, signifique que haya un cambio drástico de presencia, sino que poco a poco, al ir agotando el folleto anterior y al ir llegando el folleto nuevo, bueno, pues, en muchos sitios... E incluso -debo decirlo- en Avila comprobé que en nuestra propia Delegación, Delegación de Avila, cuando estuvimos la semana pasada, bueno, pues, se sigue dando porque todavía hay simultáneamente el folleto "Tierra de Amigos", editado hace unos años, y este folleto nuevo; y normalmente, la gente que se interesa se lleva los dos.

Es voluntad también de la Dirección General de Turismo editar la Guía de Establecimientos Hoteleros, Agencias de Viaje y Camping, al inicio de cada año. Esta sería la actuación adecuada. En este año no ha podido ser. Acaba de editarse; ha sido enviada a todos los Procuradores. Y, bueno, ha sido un poco lógico porque también la del año pasado no se llegó a editar hasta el mes de Septiembre. Nosotros pretendemos que la del año que viene pudiera estar editada en el primer mes del año y que fuera una promoción en la misma FITUR'89.

Hemos hecho también un esfuerzo en algo que se nos ha pedido reiteradamente desde las capitales de nuestra Región, y son esos planos-guías de la ciudad visitada, en cada una de las nueve ciudades, que en algunos casos se habían agotado e incluso en algún caso algún funcionario nuestro -verdaderamente de alabar por su celo-, pues, el hombre estaba haciendo fotocopias, porque es que se le habían acabado totalmente los planos-guía; pero, bueno, más vale una fotocopia que nada. Bueno, hemos hecho ya de varias ciudades, porque esto normalmente es de la ciudad, y está en imprenta el material para la edición de las cuatro restantes -hemos editado cinco y quedan las cuatro restantes-, y el presupuesto es de unos 4.000.000 de pesetas.

Asimismo, se ha hecho un folleto divulgativo sobre la propia Residencia de San Rafael, y existe una reserva presupuestaria para la edición con los Centros de Iniciativas Turísticas, pues, de folletos de actuación de tales

Centros, de algunas segundas ediciones de material ahora disponible, de algún estudio que queremos acometer. Y, finalmente, se han reservado 25.000.000 de pesetas destinados a la adquisición de otro material de apoyo promocional, que estará en función de las campañas turísticas que vamos a desarrollar en el futuro y a las que ahora me referiré.

Las campañas turísticas. Hasta el momento se ha realizado una campaña publicitaria, con un presupuesto aproximado de 10.000.000 de pesetas, cuyo destino primordial fue FITUR'88, por ser considerada la feria más importante que se celebra en España.

Como innovación de este año... Esto ha sido una actuación, en cierta forma, bueno, pues que era lógica y que estaba ya predeterminada. Pero, como innovación de la actuación de la Consejería, se ha hecho una campaña también de 10.000.000 de pesetas para promocionar nuestra Semana Santa. Esta campaña ha sido hecha de acuerdo con la Oficina del Portavoz de la Junta de Castilla y León, y, bueno, ha tenido presencia en todas nuestras capitales, y no sólo en Castilla-León, porque lo que se pretendía con ella es salir fuera de nuestros límites y que los visitantes pudieran verla. Yo tengo que decir que quizá esa campaña, en la que corrimos todo lo que pudimos, tanto desde el punto de vista administrativo como gerencial, bien, cuando se repita en el futuro -ésta u otras-, habrá que salir un poco antes; porque, si bien salió con tiempo para llegar a la Semana Santa, hay que tener en cuenta que normalmente, cada vez más, las previsiones de Semana Santa de viaje, de turismo, se hacen con más tiempo -sin que ello se descarte que todavía hay, bueno, pues una gran cantidad de viajeros que se deciden en los últimos quince o veinte días, que es cuando nuestra campaña, quince o veinte días antes de la Semana Santa, estuvo en la calle-, pero es preciso, para otras sucesivas campañas, estar antes para poder influir más en la decisión que se tome de visitar Castilla y León durante este tiempo.

En estos momentos tenemos en preparación el estudio del pliego de condiciones administrativas y próxima contratación mediante concurso público, de una campaña para que comience a materializarse en los últimos días de Mayo, primeros días de Junio, que es la gran campaña, diríamos, del verano del ochenta y ocho. Es una campaña en la que pretendemos, sin romper con esa imagen tradicional que se tiene de Castilla y León, que pienso que no debemos romper en ningún caso, dar quizá otra visión suplementaria. Dar a conocer, de alguna forma, la belleza de los ríos, de las lagunas, de los embalses... Es decir, Castilla y León no son tierras secas, tierras áridas; hay agua. La gastronomía -como decía antes-, folklore, artesanía, costumbres... Esto, claro, sin olvidar, naturalmente, bueno, pues, nuestro maravilloso románico, nuestras esculturas, etcétera; pero sí dando un

poco una visión hasta cierto punto distinta, basándose sobre todo en esto que yo decía antes de que nosotros en Castilla y León necesitamos hacer una oferta complementaria. De alguna forma -y está detectado en todos los estudios que se han hecho-, Castilla y León tiene un turismo masivo, pero un turismo de paso, en donde pocas veces se viene a estar en Castilla y León, sino que se pasa por nuestras provincias camino de otras. Todo lo que sea conseguir que esa permanencia, no digo que sea ya absoluta..., es decir, es difícil conseguir -por poner un ejemplo- que el que va a Galicia cambie Galicia, pues, lo cambie por Burgos; quizá eso sea difícil. Pero, si pudiéramos conseguir que en ese viaje Galicia hiciera una estancia más larga, una noche más, dos noches más, en nuestra región, pues indudablemente, tendríamos un efecto multiplicador enorme. Ese sería un poco el intento de esta campaña: parar -dicho entre comillas, un poco- a ese viajero y decirle que aquí en Castilla y León tenemos, pues, una inmensidad de espacios naturales, sitios recónditos que no conoce, sitios que vale la pena pasar un día en ellos..., en fin, de alguna forma, "parar" a esos viajeros para que estén más tiempo en Castilla y León.

Aparte de esta campaña -que va a ser importante, la más importante-, tenemos pensados otros 10.000.000 para una campaña del último trimestre, en el cual, bueno, pues, vaya más hacia actuaciones de carácter invernal, que también son muy necesarias en nuestra región, porque es un turismo el nuestro, en general, muy -descompensado, como ocurre en el resto de España, pero quizá en nuestro caso debamos actuar para intentar compensar en primavera-invierno, para que haya más turistas, y menos en verano. Asimismo, claro, hay otra reserva para esas actuaciones, pues, no sé..., minicampañas, actuaciones en revistas especializadas, ayudas a determinadas actuaciones de otras iniciativas, que, por mucho que nosotros queramos programar todo nuestro presupuesto, siempre es absolutamente necesario dejar una pequeña partida, que sólo al final, o se va gastando en meses sucesivos, y al final se gasta totalmente para cosas que puedan surgir y que en estos momentos no se prevé.

Finalmente, y en cuanto a material audiovisual, el presupuesto para este año era de, prácticamente, 13.000.000 de pesetas; y se ha realizado un vídeo sobre Semana Santa, cuyo importe ha sido de 4.900.000 pesetas. Este vídeo, aquí sí que lo que yo antes decía de retraso, indudablemente, aquí se ha producido; hemos llegado con la campaña, ha sido imposible llegar con el vídeo. De todas formas, un vídeo de esta categoría, como el que hemos hecho, no tiene una visión puramente perecedera del año ochenta y ocho; es algo, digamos, intemporal y que por supuesto, ese "spot" lo volveremos a utilizar en nuestra campaña del ochenta y nueve, del noventa, e incluso yo pretendo que a lo largo del año se vaya creando, en todos los centros en donde podamos

colocar, digamos, ese vídeo, pues que se vaya viendo lo que es nuestra Semana Santa.

Asimismo, hay otro vídeo promocional, cuyo coste no ha superado los 4.000.000 de pesetas, para -haciendo todas las copias posibles- poder, bueno, pues, difundir nuestra..., lo que es nuestra Comunidad Autónoma. Asimismo, queremos hacer como prueba, porque parece que es una promoción interesante, algún publi-reportaje que se proyecte en cines de Madrid, Barcelona, Bilbao, siempre actuando... -y Zaragoza-, como núcleos de posibles turistas, y que parece ser que es una posibilidad bastante buena de atraer turismo; e intentaríamos hacer algún publi-reportaje en televisión, lógicamente en televisión regional, aunque, lógicamente, el coste elevado de estas actuaciones nos limita mucho.

Con ello, con esta exposición mía, creo que he cumplido esta comparecencia, en la que, insisto una vez más, yo he pretendido, después de haber explicado, o de haber hablado de la filosofía del turismo en otras comparecencias, hacer una exposición de lo que hemos hecho.

Yo la consecuencia que saco es que hemos actuado bastante bien y que hemos ido mejorando poco a poco a medida que actuábamos. En las mismas promociones, en las mismas actuaciones y en el clarísimo caso de ferias, indudablemente, nuestra presencia va siendo más interesante, va teniendo resultados mejores, va siendo más aprovechada, precisamente, por lo que nos acompañan, como son las Diputaciones Provinciales, la iniciativa privada, pues a medida que vamos teniendo una presencia más continuada.

Yo estoy convencido que hacia el futuro -con la ayuda, por supuesto, de todos, y en primer lugar de Sus Señorías de la Comisión de Transportes y Turismo-, podremos tener una presencia mejor y con más dinero para hacerla más efectiva. Muchas gracias.

EL SEÑOR PRESIDENTE (SEÑOR MARTIN VIZCAINO): Muchas gracias, señor Consejero. Aunque el artículo 140.2 del Reglamento fija un tiempo de cuarenta y cinco minutos, consultados los Portavoces de los Grupos, a excepción del señor Sagredo que se encontraba ausente en ese momento, si no tiene inconveniente, esta Presidencia estima oportuno suspender la sesión por quince minutos.

Se suspende la sesión por quince minutos.

(Se suspende la sesión a las dieciocho horas, reanudándose a las dieciocho horas veintiséis minutos).

EL SEÑOR PRESIDENTE (SEÑOR MARTIN VIZCAINO): Se reanuda la sesión. Teniendo en cuenta

que en el turno de Portavoces el señor de las Heras, en representación del Grupo Mixto, no está por causa justificada, en representación del Grupo Parlamentario del Centro Democrático y Social, tiene la palabra el señor Póliz Laguna.

EL SEÑOR POLIZ LAGUNA: Señor Presidente, Señorías. Bueno, después de escuchar con una cierta atención la intervención del Consejero, que hoy realiza su comparecencia, pues, lo único que le podemos decir..., bueno, le podemos decir poco, porque ha estado en su tono habitual de huir o de no facilitar ningún tipo de polémica, lo cual reza mucho en su favor.

Hemos recibido con atención el listado de todas las actuaciones que ha realizado esta Dirección General y de las que va a realizar. El mismo se ha adelantado a las posibles críticas a la FITUR, que pueden ser muchas, por lo menos en relación al Día de Castilla y León; yo, personalmente, como presente en ese Día, la organización creo que fue un verdadero desastre. Verdadero desastre porque se desbordaron todas las previsiones y aquello, desde luego, no puede considerarse ningún acto, sino más bien una multitud de personas intentando acercarse a unas mesas -vamos a decir-, a las que yo no pude ni acceder al local aquel donde estaban preparadas. Por lo demás, pues, bueno, el stand era un stand en el que se ofertaban o se señalaban las diferentes provincias, como bien ha dicho él, y que no daba una idea de unidad de Castilla y León. Daba una idea provincial, independiente, pero que no creo que ése deba de ser el fin de esta Dirección General de ofertar turísticamente la Comunidad.

He echado en falta en este primer punto las posibles previsiones para el resto del ejercicio. Sólo nos ha dicho lo que va a haber en Mayo. Yo no sé si es que se le ha pasado o es que no hay nada más previsto, y espero que en el próximo turno que tenga nos lo cuente.

Y, por lo demás, relativo a medios de apoyo promocional, campañas turísticas y material audiovisual, pues, lo único que podemos decir es que echamos en falta..., o sea, echamos en un gran falta de imaginación, vemos una gran falta de imaginación en todo lo que hay. También es cierto que Castilla y León ha partido siempre en este plan turístico de cero, o sea, siempre ha estado, ha sido un aspecto que no se ha tenido en cuenta desde toda la vida, desde tiempo inmemorial. Parece que en España sólo se ha dedicado a promocionar las zonas de sol y playa -como muy bien apuntó antes el señor Consejero- y, pues estamos empezando de cero. hay que echar imaginación al asunto. Creemos que se debe tener en cuenta todo lo que podamos ofertar. Podemos ofertar turismo cultural, el turismo de idioma, el turismo gastronómico; pero creo que simplemente con estos

folletos y estas revistas que no se ven -yo por lo menos lo de estas campañas en revistas, pues, no las he visto-, no creo que sea suficiente para realizar esto.

Entonces, esperamos que con el devenir de esta Legislatura, de este equipo de Gobierno, haga algo más. De todas maneras, aquí estamos prestos para echar una mano y para apuntar todo aquello que veamos que se puede realizar y todo aquello en que creamos que se están equivocando. Nada más.

EL SEÑOR PRESIDENTE (SEÑOR MARTIN VIZCAINO): Muchas gracias, señor Laguna. Siendo deseo del Consejero contestar de forma conjunta a todos los Portavoces de los distintos Grupos, tal como prevé el artículo 137.2 del Reglamento, tiene la palabra el Portavoz del Grupo Socialista, señor Lorenzo Martín.

EL SEÑOR LORENZO MARTIN: Gracias, señor Presidente. Y como siempre, agradecer la presencia del señor Consejero ante esta Comisión para informar de las actividades concretas que se exponían. Y la verdad es que no sabríamos que decir, no sabríamos mucho que decir, y por supuesto no mucho que criticar, en tanto en cuanto, en nuestra opinión, con evidentemente buen criterio, el Consejero, de alguna forma, está haciendo una prolongación de la actividad iniciada en el pasado en cuanto a la promoción turística de nuestra Comunidad Autónoma.

Realmente, quizá, es que no se pueden hacer muchas cosas. Eso es evidente, tanto por la propia consideración de destino turístico que pueda tener nuestra Comunidad Autónoma, como quizá por los recursos -evidentemente escasos- que la Dirección General de Turismo tiene y ha tenido, y que de alguna forma, yo creo que ahí somos solidarios con el señor Consejero cuando está reivindicando mayores dotaciones presupuestarias para esa Dirección General. Que yo creo que, además, son inversiones altamente rentables, nunca a corto plazo, evidentemente, pero como se dice por estas tierras: "quien siembra recoge".

En el punto concreto de la presencia de nuestra Comunidad Autónoma en ferias turísticas nacionales y extranjeras, la verdad, señor Consejero, cuando mi Grupo solicitó su comparecencia no era por otra cosa..., independientemente de los fallos que usted mismo ha reconocido y que yo creo que siempre se van a producir, sobre todo en una feria como la de FITUR, que la avalancha de personal es tan impresionante, es por determinadas declaraciones, que se habían hecho por parte de usted o de sus colaboradores, en el sentido excesivamente optimista -que yo comparto en que hay que vender muchas veces buena imagen-, de los grandes resultados de contratación habidos tanto..., pues, de la Bolsa Española de Turismo, como la World Travel

Market, que, por cierto, no es la primera vez que va esta Comunidad Autónoma, sino que ya es la segunda vez que va..., la primera vez dentro del pabellón de España, como imagino que ha sido esta vez, de acuerdo con el Decreto que regula la promoción exterior, y, evidentemente, quizá se haya lanzado a la prensa, pues, un excesivo optimismo sobre las contrataciones, como si la Comunidad Autónoma hubiera contratado directamente... Yo, la verdad, tengo mis dudas, a pesar de que no dudo de su palabra, de que tenga ahí una amplia relación de contactos habidos, tengo mis dudas conociendo todavía lo poca vertebrada que está el sector empresarial en nuestra Comunidad Autónoma en la hostelería, y quizá que no tengan el espíritu que en otras Comunidades Autónomas, fundamentalmente las más desarrolladas turísticamente, de que haya habido no tantos contactos como realmente contrataciones directas en dicha feria. Y mucho menos, en mi opinión, señor Consejero, en la FITUR, que, en definitiva, yo creo que... y quizá que de ahí le pueda venir un cierto error que acusaba o denunciaba, en cierto modo -primero usted y luego el Portavoz de CDS-, de que lo de FITUR'88 puede haber estado desbordado. Yo creo que, personalmente, pienso que FITUR'88, dado que se celebra en Madrid, un mercado potencial de cuatro millones de personas, donde las contrataciones que se hacen son importantes, pero difícilmente a una Comunidad Autónoma, sino siempre entre mayoristas, tour-operadores, empresas de aviación, etcétera, etcétera, pienso que hay que enfocar FITUR'88 exclusivamente, o muy especialmente, como gran escaparate de nuestra Comunidad Autónoma hacia un mercado potencial de cuatro millones y medio de personas.

El intentar, en nuestra opinión, desvirtuar esa presencia de escaparate, fundamentalmente, pues puede dar al traste con los únicos objetivos que se pueden pretender en FITUR, que no es más que enseñar aquello a quinientas o un millón de personas que asisten, a una importante difusión, como usted muy bien reconocía..., o bien pagando o sin pagar la gran cantidad de entrevistas que tiene ocasión de realizar el Consejero o Director General, y que, evidentemente, yo creo que difícilmente pueda salirse de ahí, amén de una coyuntura política, que yo comprendo que usted aproveche, de intentar agrupar y hermanar a las nueve provincias de nuestra Comunidad Autónoma, pues, en un pabellón que... no hay tantas ocasiones a lo largo del año para que nueve provincias, nueve Presidentes de Diputaciones, con representante de la Administración Central, la Comunidad Autónoma, se agrupen ante un stand en el mismo pabellón y luego, de paso, se aproveche para hacer fotos, promoción, que yo creo que es positivo también de venta de imagen de unidad autónoma, dentro de la diversidad de las nueve provincias.

Sí que tengo que decir aquí, y ojalá me equivoque, y ojalá me equivoque, que su loable -que aplaudimos-

loable intención de que para próximos y sucesivos certámenes el pabellón de la Junta de Castilla y León, o el pabellón de Castilla y León, esté menos compartimentado, pudiera chocar, pudiera chocar, pues, con un, todavía, afán importante de protagonismo-legítimo, por supuesto, y a lo mejor saludable, no lo sé-, de las nueve provincias de la Comunidad Autónoma. Y, evidentemente, protagonismo o intento que también se puede plasmar -y deseo que lo consiga- con que dos provincias que tradicionalmente iban incluidas dentro del stand de Castilla y León, pero aparte de eso tenían su propio stand -que eran, concretamente, las provincias de Palencia y Zamora-, pues, pudieran desprenderse de sus stand, incluirse, exclusivamente, exclusivamente, el pabellón de la Comunidad Autónoma. Yo creo que usted tiene condiciones objetivas, políticamente hablando, para conseguir ello, dada la... el compañerismo que, sin duda alguna, los dos presidentes de Diputación tienen con usted; evidentemente, ese éxito no lo pudieron lograr sus antecesores, dado, pues..., quizá, y yo tengo que decirlo así, por razones, fundamentalmente -no digo exclusivamente- por razones políticas. Quién puede decir que lo mismo ahora nos sale cualquier otro Presidente de Diputación de un color distinto al suyo que ahora dice: ahora el que me separo soy yo; cosa que nosotros, evidentemente, condenaríamos, porque sería importante lograr esa unidad.

Y, desde luego, veo muy difícil, muy difícil, el separar esa compartimentación exclusivamente en FITUR, yo no digo en el resto de las ferias, exclusivamente en FITUR, pues, porque, por razones legítimas, todo el mundo quiere tener su propia presencia de que..., dado que FITUR es un escaparate exclusivamente de cara al turista de aquí que va allí a ver y el turista de Madrid, pues, quieren tener la presencia de Avila o de Soria, y presentes y no Castilla y León, que..., dónde está mi pueblo que no le veo en la foto.

Cuando hacíamos la reflexión aquella, o la solicitud de comparecencia, en cuanto a los resultados, que, evidentemente..., aun creyendo, evidentemente, en su palabra de que tiene ahí un montón de relaciones, yo tengo la impresión de que por desgracia, por desgracia, dada la vertebración del sector empresarial, no habrán sido tantas, si que también nos movió un poco una cierta crítica, que no sé si es consistente o no, que por parte de la Federación Regional de Hostelería se había producido, no en cuanto al desarrollo del acto, que se sintieran desbordados a la hora del aperitivo, yo creo que eso no tiene ninguna importancia y no es más que una anécdota sin mayor importancia, pues, por la gran avalancha de gente que asistió de las que ustedes invitaron..., entre los cuales tengo que decir que yo no estaba invitado, aunque, por otro lado, si que estaba, la verdad es que por razones personales no hubiese podido asistir en ningún caso; pero sí la Federación Regional de Hostelería hace una crítica, no sé si fundada o no, no en

cuanto al desarrollo del acto -que, evidentemente, se pueden sentir desbordados en cualquier momento-, sino en cuanto a la configuración, la fase previa de planificación de cómo debía desarrollarse la presencia del stand o de la Junta de Castilla y León en FITUR'88; ahí ha habido una serie de críticas, no tengo aquí..., no he traído los recortes de prensa de ese momento, pero evidentemente usted tiene que reconocer que esas críticas no iban centradas en cuanto al desarrollo -que, evidentemente, yo creo que todos aquí disculpamos-, sino en cuanto a la planificación del mismo. Y eso lo digo, en cierto modo, con el no funcionamiento en su período, aunque tampoco... muy extenso, hay reconocerlo, del Consejo Regional de Turismo que se creó, precisamente, para intentar evitar esos problemas y donde todo el mundo tenga participación. Y el haber creado, y yo creo que hoy ustedes han tenido tiempo, al igual que en ... anteriores también tuvimos, de haber creado una comisión específica de cara a la planificación y participación de los diversos sectores e instituciones con la Administración Autónoma en las ferias nacionales y muy especialmente tengo que decir que en FITUR, que es donde más tensiones siempre hay a la hora de que todo el mundo, pues, traduciendo una... en algo muy expresivo, todo el mundo quiere salir en la foto.

No me cuadran mucho las cifras que usted ha dicho sobre la... porque la pregunta primera era programación actual o resultados actuales, o presencia hasta la fecha en ferias, y previsiones para el resto del ejercicio ochenta y ocho, con la exclusiva presencia, según he llegado a entender, en la World Travel Market de Castilla y León, y, si no me he equivocado al leer, me parece que teníamos previsto 10.000.000 de pesetas para presencia en ferias internacionales, con lo cual intuyo que a lo mejor todavía le deben quedar remanentes económicos para poder asistir a otras de acorde importancia para nuestra Comunidad Autónoma, como puede ser la Feria de Milán, o la Feria de Berlín, o la de París, Bruselas, etcétera, etcétera.

En cuanto al medio de apoyo promocional, la verdad que es que nos resulta muy difícil decir nada, porque yo creo que, prácticamente, han ido concluyendo cosas, como no podía ser menos -cosa que es, de alguna forma, de felicitar-, concluir temas que se habían iniciado con los retoques que, evidentemente, todo tema tiene que realizar. Ha hablado de un acuerdo que habían llegado con no recuerdo que editorial, Plaza & Janes, una cosa de esas, que yo intento recordar que estaba ya realizado. Evidentemente, el tema de... no ha hablado nada de edición de carteles; el tema de folletos, pues, prácticamente, lo que ahí habría que lanzar -y creo que lo tengo anotado aquí-, el tema de las comarcas, que, evidentemente, deben seguir con ello; tema de carteles que no creo que haya muchos que realizar; tema de cortos o vídeos que tampoco queda mucho. Usted ha apuntado aquí, con muy buen criterio, el haber sacado el

de Semana Santa; prácticamente estaban hechos la mayoría de ellos.

Y, luego, un tema que sí que yo creo que tendría mucho éxito, el tema de poder incluir estas... estos vídeos en las salas comerciales, no sólo de nuestra Comunidad Autónoma, sino, fundamentalmente, como usted muy bien ha dicho, de Bilbao, San Sebastián, Madrid, Zaragoza, Barcelona, vamos, en definitiva, los mercados potenciales de nuestra Comunidad Autónoma, para lo cual, quizá, yo no sé si debe de haber problemas o habrá problemas todavía de permisos oficiales, pues no sé si a través del Ministerio de Cultura, que pudieran permitir que los cortos que se hicieron, y que usted está haciendo y que hará, que sin duda alguna son de gran calidad, poder, pues a lo mejor pagando, poderlos introducir en los circuitos comerciales como cortometrajes, que sin duda alguna son de mucha mejor calidad que muchas cosas que nos están poniendo las salas cinematográficas antes de las proyecciones de las películas de turno.

Me va a permitir... no nos ha hablado del concurso "Campaña Verano ochenta y ocho", que a mí me da la sensación que van un poquillo ajustados de tiempo, cosa que también es normal en estas cosas. Exactamente, cuáles son los medios de apoyo, qué medios van a utilizar para la organización de esa Campaña. Y qué pesetas -de los 100.000.000, intento recordar, que había presupuestadas-, van a dedicar, precisamente, a esa Campaña que, sin duda alguna, tiene que ser la más fuerte e intensa y que tiene que coincidir con la primavera castellano-leonesa del quince de Mayo al treinta de Junio, o una cosa así. Qué medios van a utilizar. Y me preocupa que algo que en su día yo creo que tuvo éxito, independientemente del color de la Administración que lo realizara, porque yo creo que se realizó con criterios exclusivamente profesionales, la campaña anterior de "Castilla y León nada más cerca", intento recordar que se llamaba, que tuvo éxito y que tuvo, como usted muy bien conoce, premios nacionales e internacionales de publicidad, el poder que supusiera una ruptura con esa campaña, dado el eco que según todos los profesionales, al margen ya de los políticos, tuvo tanto en la difusión de la utilización de medios de televisión como de prensa, como de vallas, etcétera, y que supuso un impacto y una renovación -que yo coincido con usted-, una renovación de lo que ha sido la imagen tradicional en nuestra Comunidad Autónoma de tierra de secano; aquella campaña, precisamente, llevaba todo lo contrario: una utilización masiva de colores verdes, de colores, en definitiva, colores alegres, una utilización quizá, no sé, exagerada de las posibilidades de agua de nuestra Comunidad Autónoma y que supuso -en mi opinión- una ruptura importante con lo que había sido la imagen tónica y típica de nuestra Comunidad Autónoma, el que esta campaña, tal y como parece que usted ha dicho, pueda suponer una ruptura, no porque pueda ser mejor o peor, sino, simplemente, una ruptura, o a lo mejor quien sabe si no pudiera

suponer, independientemente de que comprendo que a veces que los protagonismos políticos son importantes, no pudiera suponer una ruptura profesional a una campaña que tuvo un eco e impacto muy importante, como fue reconocido por los medios publicistas y que las encuestas decían claramente que había sido uno de los temas que más impacto había supuesto en el ciudadano de Castilla y León; luego hemos de suponer que un impacto importante también en los mercados tradicionales de nuestra Comunidad Autónoma. Entonces, qué medios y si supone eso, si va a suponer también un cambio total al respecto...

Y luego un tema que quizá nos podría... le podía comentar, es si ha pensado, dentro de estas... la utilización de estos dineros, la posibilidad de hacer algo específico de promoción, de carteles, o de señalización, lo que sea, en la ruta del Camino de Santiago aprovechando el convenio que tres Ministerios de la Administración Central tienen firmado y donde me consta se van a invertir cantidades importantes de dinero, con lo cual quizá la Junta de Castilla y León deba engancharse al carro para... por cada peseta que meta a lo mejor saca diez, en algo que, indudablemente, va a tener un enorme éxito de afluencia de turistas y que yo creo que es uno de los temas que más identifican al turismo de nuestra Comunidad Autónoma, del Camino de Santiago, como, asimismo, la Ruta de la Plata, que me consta que también hay un enorme interés por parte de la Administración Central en promocionar, dentro de la promoción de turismo de interior, precisamente ésa.

Por lo demás, yo creo que no tenemos nada más que decir, sino que felicitarle porque exista, como no podía ser menos también, un evidente continuismo. Y sí que nos preocupa mucho también que está lanzando excesivas contrataciones de edición de folletos y tal fuera de la propia Consejería, muchas colaboraciones -cosa que es buena- en Diputaciones o editoriales y tal, y veo poco de iniciativa propia, que no quiere decir que esa iniciativa propia no sea a su vez subcontratada con expertos para la realización de los mismos, sino como una obra..., como folletos de publicidad o libros de publicidad exclusivamente de la Consejería de Fomento, independientemente de que se apoyen, como no puede ser otra forma de los medios con que cuenta su departamento, en algunas empresas especializadas, pero sin colaboración específica de Diputaciones o editoriales, que también es necesario pero que no va a ser todo así. Y por mi parte nada más, señor Presidente.

EL SEÑOR PRESIDENTE (SEÑOR MARTÍN VIZCAINO): Muchas gracias, señor Lorenzo Martín. Por el Grupo Parlamentario de Alianza Popular, tiene la palabra el señor Marcos Oteruelo.

EL SEÑOR MARCOS OTERUELO: Sí. Agradezco también, como es obvio, la presencia del

señor Consejero. Le agradezco también el tono realista y exento de todo engolamiento y de toda autocomplacencia con que nos ha expuesto la situación, lo realizado y los propósitos en el capítulo de turismo, y, bueno, pues, hay que partir -yo creo coincidir con mis predecesores en el uso de la palabra-, partir de un hecho, y es que el asunto del turismo en Castilla y León no es asunto fácil, ni muchísimo menos; es complicadísimo. Porque además de no ser nuestro fuerte, no ser un tema fuerte, no lo tenemos fácil convertirlo en fuerte, hay unos tópicos que conducen el turismo por donde lo conducen. Cambiar esos comportamientos sociales cuesta muchísimo; por mucha imaginación que se le eche, lo vamos a... nos va a complicar el tema. Es más, yo confieso humildemente que me he puesto a pensar, no solamente ahora en esta Legislatura, sino ya en la anterior en que estábamos también enfrascados en estas mismas tareas, me había puesto a pensar que qué podríamos hacer para cambiar cualitativamente el signo del turismo, y cuantitativamente, de Castilla y León, y os puedo confesar que no se me ocurría nada; es decir, no se me ocurre nada más que perfeccionar lo que tenemos y hacer un turismo de muchos pocos. Entonces, una serie de retazos, aprovechar monumentos, ríos, caza, pesca, paisaje, en fin, gastronomía, y dar a conocer todos nuestros valores, la afabilidad del hombre de Castilla y de León, en fin, toda esta serie de atractivos que realmente tenemos, pero que son tan heterogéneos que complican la promoción, esto es indudable. Entonces, pues, la referencia que ha ido haciendo el Consejero me parece de lo más sensato y me gustaría, simplemente, hacer algunos subrayados.

En cuanto a la FITUR, pues que creo que sería estupeiando conseguir esa unidad. A ver si es posible que, sin herir susceptibilidad de ninguna clase, de ningún tipo de provincias, pues podemos dar una imagen de región compacta, que a la postre va a ser bueno para todos, y empezando por provincia por provincia. También me ha agradado saber, constatar, que en RODATUR de Barcelona pues nuestro pabellón ha causado una impresión buena, de tal manera que fue -yo esto también lo he constatado en algún medio de comunicación-, fue uno de los stand o de los medios que realmente se subrayaron como destacados.

En el capítulo de promociones tipo folletos, que son inevitables y que hay que hacerlos y que no tenemos otro medio de difundir nuestros atractivos, subrayaría yo que tal vez el folleto en que la Consejería debiera volcarse es ese más general, el de los cinco idiomas, porque creo, me da la impresión de que es el más rentable, el más popularizable y que puede llegar a más gente ¿no?

En cuanto a los planos guías de las capitales de provincia, también sé que tienen una gran aceptación -prueba de ello son las fotocopias que ha habido que

hacer-, y yo no sé si se podría también ampliar a otras ciudades importantes de la Comunidad que no fueran capitales de provincia, pensando pues en Miranda, o pensando en Ponferrada, o en Astorga, o en Benavente, en fin, en distintas..., Béjar; en fin, ciudades que, sin ser capitales de provincia tienen una personalidad suficiente como para que puedan atraer por sí mismas el turismo. He seguido un poquito, por la vía radio sobre todo, la campaña de promoción de nuestra Semana Santa. Me da la impresión de que la Semana Santa, aunque es un periodo muy breve, pero la Semana Santa en Castilla y León, en virtud de Valladolid y de Zamora fundamentalmente..., y por desgracia no de León, puesto que León tiene una Semana Santa extraordinaria en el número de procesiones, en el número de participantes, en el número de devociones, de pintoresquismo, de todo, pero que por desgracia allí ha resultado últimamente, los en últimos años, un asunto un poco chusco ¿verdad?, que es el Genarín, que resulta que ahora, pues, cuando se habla de la Semana Santa de León, pues se habla del Genarín; es una triste gracia. Y, en fin, lo tenemos difícil promocionar la Semana Santa de León, pero yo creo que se podría añadir a Zamora y a Valladolid perfectamente y a Medina de Rioseco y a otras. Y aunque es muy poco tiempo, creo que es un atractivo fuerte y me da la impresión -esto es una impresión simple- de que los establecimientos hoteleros de la Región ha sido una de las épocas en que más llenos han estado. Por lo tanto, habría que volcarse ahí bastante. La promoción que yo he oído a través de programas de radio estaba francamente bien hecha, con mucha profesionalidad en cuanto a los profesionales de la radio que lo hacían, estaba bastante documentada. Tuve ocasión de oír particularmente la de Zamora y me ha gustado. Entonces, es una pena que a lo mejor no se haya llegado a tiempo y que hubiera que haberlo hecho un poquito antes.

Bien, después por último, por último, yo creo que a lo mejor tendríamos que hacer hincapié en esa idea a que ya aludió el Consejero; es decir, si de hecho comprobamos que la masa, el grueso de nuestro turismo es un turismo de paso, pues, como no lo vamos a poder hacer sedentario o estable, hay que buscar los medios para conseguir hacer atractiva la estancia de esos pocos días que están los turistas de paso, y si se consigue que se prolongue la estancia de estos señores en nuestra Región habremos conseguido algo positivo.

Y por último, pues también creo yo que la caza y la pesca podrían ser dos motivos realmente interesantes. Me refiero concretamente que en León existe un turismo espontáneo de regiones limítrofes, particularmente de Asturias, pero que, bueno, que no deja de ser turismo de otras Comunidades que viene a la nuestra; pues, si sabemos también que la pesca y la caza pues tienen un poder de atracción, a lo mejor hay que cultivarlos también. Y nada más, no quiero decir nada más.

EL SEÑOR PRESIDENTE (SEÑOR MARTIN VIZCAINO): Muchas gracias, señor Marcos Oteruelo. En el turno de réplica, para contestar a los Portavoces de los distintos Grupos Políticos, tiene la palabra el Consejero de Fomento.

EL SEÑOR CONSEJERO DE FOMENTO (SEÑOR POSADA MORENO): Señor Presidente. Quiero en primer lugar agradecer a los Grupos Políticos el apoyo, no tanto a la actuación de la Consejería, sino a lo que la política de turismo demanda para Castilla y León y la necesidad de aumentar las dotaciones y emplearlas bien. Yo voy a dividir mi contestación englobando las de los tres Portavoces. Yo diría, primero, otras ferias que no son FITUR, FITUR y luego campañas promocionales.

A lo que se me decía otras ferias que podían estar pensadas, yo he contado un poco las que hemos hecho y la que tenemos en previsión. En efecto, no se ha ido este año, porque era el primer año, a Millán ni a París, ni prevemos volver a Londres, y quizá haya alguna feria más. No coinciden las cantidades porque algunas de las ferias han sido, digamos, (yo ahí no he insistido en el concepto presupuestario), han sido pagadas a cargo del ochenta y siete y otras a cargo del ochenta y ocho. Es decir, hay ahora disponibilidad para ir a otras ferias y veríamos, en su momento, la posibilidad de asistir a ellas.

Me quiero centrar en el tema de FITUR porque, en efecto, yo soy consciente de que lo que dio un poco lugar a esta comparecencia fue la presencia en FITUR. Ciertamente, ahí, ese aspecto anecdótico, anecdótico pero importante -y no me gusta rehuir los temas-, de esa desorganización que pudo haber el Día de Castilla y León, esa situación de desbordamiento. Yo creo -insisto en lo que dije antes- que, en efecto, hubo fallos, fallos difíciles de haber evitado dado la dimensión que tenían nuestras instalaciones y la expectación despertada, y que, de alguna forma, tienen una característica política, porque, indudablemente, ese día de Castilla y León es un Día de características políticas, pero yo creo que de características políticas positivas. He dicho antes que FITUR, indudablemente, es un gran escaparate turístico, como se ha dicho, en una ciudad de cuatro millones de habitantes predispuesta a hacer un turismo en Castilla y León. Pero no cabe duda que FITUR también tiene otros condicionantes de propia competencia con otras Comunidades Autónomas en su presencia, de presencia de lo que es nuestra vida institucional, tanto de la Administración Central como Autonómica, como cortes, es decir, Legislativo y Ejecutivo, Diputaciones, de presencia institucional en Madrid, capital de la Nación, que hacen que ese Día de Castilla y León sea un día algo distinto a lo que es FITUR, aunque sea en FITUR. Entonces, el propósito de esta Consejería es que el año que viene se organice mejor, resulte mejor; pero, en

principio, yo creo que es positivo que exista ese Día de Castilla y León.

Otro punto, digamos, más concreto que señalaba el Portavoz Socialista es: declaraciones que se hicieron en un determinado momento... -que, por cierto, he saltado una cosa que quiero decir cuando hablaba de otras ferias: ciertamente, tenía razón en que era la segunda vez que se asistía en Londres a la feria de Londres-, pues ese punto que se decía antes de excesivo optimismo. Bien, todo es opinable. Es posible que se hubiera puesto un poco la carga hacia el optimismo; pero lo que yo creo que se deriva de todo lo que yo he ido contando de nuestra presencia en las ferias es que, indudablemente, el empresario de Castilla y León, turístico, hostelero, Agencia de Viajes, turoperador, no tiene el dinamismo o no tiene la agresividad, o no tiene la experiencia o los años de lucha o los años de comercio que tienen en otras Regiones. Entonces, hay que hacer un esfuerzo de captación para que asista a algo que a lo mejor en otras Comunidades Autónomas es más fácil de conseguir. Entonces, ciertamente, yo tampoco sé ni puedo evaluar cuál ha sido el resultado en contrataciones de esta FITUR. Sí puedo decir -y no lo leo porque decía al Portavoz Socialista que lo traigo y lo tengo aquí-, obviamente, que los contactos han sido muy grandes, muchos y de muy variado estilo, precisamente por esa iniciativa privada de Castilla y León. Ahora bien, ¿esos contactos se han traducido luego en unas contrataciones mayores?, ¿realmente ahí ha habido un incremento? Yo quiero creer que sí. Pero, sobre todo, desde el punto de vista de Administración, yo no puedo más que facilitar esos contactos y dar fuerza a nuestra iniciativa privada para que los haga; que fructifiquen o no depende mucho también, por ejemplo, de una reunión que hubo -que ésa sí fue realmente fructífera- en la que se dieron por parte de nuestros hoteleros los precios, llamaríamos, de verdad que se pueden hacer a las Agencias de Viaje tanto nacionales como internacionales. Ahí sí que hubo una contratación, es un caso concreto en que sí que la hubo; en otros no lo sé tanto. Pero, indudablemente, no veo la posibilidad de hacer por nuestra parte otra cosa que facilitar esos contactos.

Hay un segundo punto que también me interesa resaltar. Por parte de la Federación Regional de Hostelería -y, en efecto, no hace falta que se me enseñen los recortes de prensa porque yo los leí también-, hubo una cierta crítica a la planificación de FITUR. Creo que en una parte no era del todo justificada, porque las relaciones, las reuniones habían sido numerosas; pero en otra parte quizá sí lo fueran, y es en que estamos haciendo muchas reuniones con Diputaciones y con Federaciones de Hostelería, por ejemplo, que fue la que hizo la crítica, pero no conjuntas, y eso creó alguna disfunción. Bien, pues eso es, precisamente, lo que hemos evitado en RODATUR, en donde todo se ha hecho de una forma coordinada e, indudablemente, las cosas han salido

mejor, y debo decir que la Federación Regional de Hostelería, bueno, pues, está colaborando ampliamente con nosotros, yo creo que con un grado satisfactorio, y hoy mismo, hoy mismo, ha visitado al Presidente de la Junta de Castilla y León, y yo, deliberadamente, no he querido acompañarles, precisamente porque quería que sin mi presencia pudieran al Presidente de la Junta decir cuál es su opinión sobre todo lo que estamos haciendo, y debo decir que la opinión que han manifestado pues es francamente positiva, sin que, por supuesto -y estoy seguro de ello-, no hayan puesto algunos peros a nuestra organización, porque sería tonto no pensar eso. Pero, en conjunto, debo decir que hay una muy buena relación entre la Consejería y la Federación de Hostelería.

¿Qué queremos para la próxima FITUR?, que sería un poco la reflexión que ahora nos hacemos. Se decía que iba a ser difícil conseguir una presencia menos compartimentada. Yo creo que RODATUR, en ese aspecto, ha sido un cambio profundo, porque no ha desaparecido esa compartimentación de la que hablábamos antes y, sin embargo, ha dado una imagen de unidad, que yo también reconozco al Portavoz del CDS que señalaba este tema que, en efecto, la imagen de FITUR quizá era una imagen excesivamente provincial y poco Castilla y León. Bien, pues la imagen de RODATUR es la contraria: aunque están presentes las nueve provincias, realmente es un pabellón de Castilla y León, totalmente de Castilla y León.

¿Qué ocurrirá con respecto a la posición de las Diputaciones? Bueno, hombre, en todo hay política, como hay siempre. Yo voy a intentar, voy a hacer todos los esfuerzos posibles -y, claro, el primer esfuerzo es dar más espacio para que, realmente, nuestra presencia sea mayor- para que las Diputaciones de Palencia y Zamora se integren y haya un solo pabellón. Sin embargo, tengo que decir que tampoco -siempre que el espíritu que tengamos sea un espíritu de colaboración-, esa presencia aparte no me preocupa demasiado; no me preocupa demasiado y, recogiendo un poco las palabras del Portavoz Socialista, si otra Diputación u otra comarca decidiera poner su propio pabellón, siempre que el motivo sea puramente turístico, pero no político, sino que realmente todos estemos dispuestos a colaborar dentro de Castilla y León, bueno, pues, siendo algo que creo que no es bueno para la política turística, sin embargo, no lo considero de una..., vamos, como un desastre para nuestra política, aunque mi intención y mi deseo y nuestros esfuerzos van para que haya un solo pabellón de la Junta.

En efecto, entro ahora en lo que serían nuestras campañas de promoción. Decía el Portavoz del Grupo Popular que desde luego..., de Alianza Popular, que no es un asunto fácil el turismo. Yo, desde luego, el turismo en Castilla y León no lo veo un asunto fácil. ¿Hay una continuidad con lo anterior? Ciertamente, la hay. La hay

en las cosas que estaban iniciadas, porque esto es algo que he aplicado no sólo en el tema de turismo, sino en todos los temas de mi Consejería. Creo que hay otras actividades que permiten unos cambios mucho más rápidos y mucho más profundos; en este tema, la continuidad es fundamental. Tampoco veo muy fácil encontrar esa idea genial que permita sustituir las campañas que se van haciendo.

Decía también el Portavoz del Grupo de Alianza Popular que era un tema, la promoción turística, de muchos pocos. Yo lo creo así también. Es decir, necesitamos promocionar muchas cosas interesantes de Castilla y León, pero no veo fácil encontrar una fórmula que nos permita incidir totalmente en una determinada, porque con todas es con las que tenemos que hacer ese atractivo para Castilla y León. Yo, desde luego, sí quiero decir que en el concurso que vamos a hacer para la campaña de verano no hemos fijado todavía de una forma definitiva la cifra. Puede estar alrededor de los 50.000.000, y puede ser un poco menos, o puede ser un poco más. Las bases de ese concurso, bueno, pues tienen un apoyo técnico, pues, en que habrá que hacer, digamos, una oferta para vallas, anuncio para revista dominical, anuncios en prensa diaria, cartel para cabina telefónica, "story board" para "spot" de televisión, cuña radiofónica... Es decir, lo que es una campaña publicitaria. Yo no querría, tampoco, que hubiera una fractura con la campaña anterior. Veremos las ofertas publicitarias que se nos hacen y trataremos de elegir la mejor, pero me gustaría que la imagen subyacente que campañas anteriores hayan dejado en la mente de los posibles turistas continuara, aprovecháramos esa imagen para darles una nueva idea, pero no una idea contraria que borrara la anterior. Es decir, yo no pretendo que haya allí una ruptura total. Sí tengo -y tengo que decirlo también- fe en algunas de las actuaciones que estamos iniciando. Por ejemplo, esa de cortos en salas comerciales; yo creo que, tanto con material nuevo como con material que ya tenemos, puede ser muy interesante.

También tengo fe en el folleto..., la edición en cuatro idiomas de ese folleto general. ¿Por qué? porque, en castellano, como lo han hecho otras comunidades Autónomas y todos lo conocemos, bueno, pues tiene una difusión que coincide con el de otras y que, bueno, puede no tener mucha captación; pero quizá en idiomas..., pues, inglés, francés, alemán... bueno, es un folleto de categoría y que, realmente, para esas personas que no tienen el conocimiento ni de nuestra historia ni de nuestra geografía ni de nuestra riqueza arquitectónica que, más o menos, tenemos todos los españoles de todas las Comunidades Autónomas, pues puede ser un auténtico impacto.

Asimismo, a mí me gustaría -y es una idea que recojo- que los planos-guías que hemos hecho para las nueve capitales de provincia pudieran hacerse para algunas

poblaciones más, bien por su población, precisamente, o bien por su marcado interés turístico. Y, en cuanto a lo que se dice del Camino de Santiago, eso es algo que, como he dicho antes en mi exposición, hay unos remanentes, que nosotros todavía no hemos dedicado, precisamente para lo que vaya surgiendo. Hace poco tiempo ha sido reformada la Comisión del Camino de Santiago y precisamente ha incluido al Director General de Carreteras, de Vivienda y de Turismo, precisamente porque nosotros podemos aportar algo ahí. No es fácil que en el año ochenta y ocho, pienso, se hagan inversiones de este tipo -lo veo relativamente difícil, porque más bien se hará planificación-, pero, si así fuera, nosotros estamos dispuestos para tener la cantidad precisa para, en ese último trimestre del año, hacer ya una primera aportación al Camino..., a todo lo que se refiere al Camino de Santiago.

Finalmente, yo querría ya señalar que nuestra intención no es buscar una política determinada de colaborar totalmente con otras; o hacer nosotros por nuestra parte todo lo que tengamos que hacer. En cada momento, elegiremos lo más oportuno. En este primer año, a mí me ha parecido conveniente apoyarnos, en todo lo posible, en lo que ya está desarrollado, o los organismos que ya están en marcha. Con el paso del tiempo, con mejor conocimiento de la situación, que sólo lo da la realidad y las equivocaciones que, indudablemente, se cometen cada vez que se hace una determinada promoción, porque es inevitable, errores que unas veces..., no deben ser nunca muy grandes, pero que siempre se producen, iremos a una producción propia -por llamarlo de alguna forma-, aunque sea con colaboradores, mayor. Pero yo insisto en que durante una cierta etapa más bien nuestra actuación va a ser apoyada por entidades privadas o públicas, como pueden ser las Corporaciones o Diputaciones Provinciales, que ya tienen una experiencia y que permiten penetrar mejor en esos mercados a los que nos dirigimos. Muchas gracias.

EL SEÑOR PRESIDENTE (SEÑOR MARTIN VIZCAINO): Muchas gracias, señor Consejero. En el turno de réplica, ¿algún Portavoz quiere hacer uso de la palabra? Sí; por parte del Grupo Parlamentario de Centro Democrático y Social, tiene la palabra el señor Póliz Laguna.

EL SEÑOR POLIZ LAGUNA: Sí. Señor Presidente, Señorías. Señor Consejero, simplemente unas anotaciones lo más breves posibles, porque, sobre todo teniendo en cuenta que a algunos de los aquí presentes nos ha coincidido esta Comisión con otra que hemos tenido esta mañana, que hemos salido de aquí a las tres y pico, pues se nos hace ya muy largo el tiempo. Simplemente, unos apuntes. En primer lugar, a lo que en un principio apuntó el señor Consejero y que ha hablado también el Portavoz de Alianza Popular, en cuanto a turismo de paso. Yo creo que lo primero que tenemos que hacer es no resignarnos a que sea turismo de paso.

No decir que es de paso y qué vamos a hacer. Entonces, para eso hace falta esa imaginación que antes apuntaba.

Un segundo aspecto es que, para el turismo que necesitamos, quizá todo esto..., o para el turismo que buscamos, la fuente de ingresos para los habitantes y para la Comunidad en general, para mejorar este turismo es necesario otra serie de acciones coordinadas, que en parte están en manos del señor Consejero; y una de ellas, fundamental, es mejorar muy mucho las infraestructuras. En cuestión, simplemente, aunque sólo sea de carreteras y de oferta hotelera, pero fundamentalmente de carreteras, estamos muy por debajo; las carreteras internas, las carreteras que unen núcleos de población que tienen grandes atractivos turísticos, a nivel, por ejemplo, de monumentos o tal, pues son muy pobres, lo cual quizá hasta retraiga un poco, por lo menos ponga dificultades a que venga a visitarnos gente de otras regiones y de otros países.

Y, como última idea, yo creo, abundando en lo que apunté anteriormente, en la manera de reflejarse el stand de la FITUR, desde nuestro Grupo de CDS pensamos que la oferta desde la Comunidad que se debe hacer de turismo no es presentar los lugares y las ofertas turísticas que esos lugares presentan. Nosotros creemos que es mucho más beneficioso y será mucho más beneficioso para la Comunidad presentar las ofertas que la Comunidad presenta a todos..., a los turistas potenciales de otras Comunidades y de otros países y decir en qué lugares se encuentra cada oferta. Creemos que, si no presentamos una unidad de acción desde una unidad de la Comunidad, difícilmente, o va a ser muy difícil que se atraiga al turismo desde..., al turismo que pueda ser de otras regiones del país o de otros países.

Simplemente, era hacer esos apuntes. Muchas gracias.

EL SEÑOR PRESIDENTE (SEÑOR MARTIN VIZCAINO): Muchas gracias, señor Póliz Laguna. Por el Grupo Parlamentario Socialista, tiene la palabra el señor Lorenzo Martín.

EL SEÑOR LORENZO MARTIN: Gracias, señor Presidente. Yo creo que poco más hay que decir. Pero, sin embargo, a mí me gustaría profundizar en el tema de la organización previa de la FITUR, como de cualquier otra Feria, y la necesaria colaboración que con los sectores empresariales hay que tener. Y se lo digo, desde luego, sin ningún ánimo de hacer crítica, pero sí que me llegó a mis oídos, a través de un profesional de fuera de nuestra Comunidad Autónoma, que, personado en el pabellón de Castilla y León, no había nadie que le atendiera. Era un profesional... de esas horas de profesionales que suele haber, y nadie pudo atenderle. ¿Cómo se puede resolver ese problema? Pues, evidente-

mente, con el inconveniente de que tenemos un sector empresarial poco agresivo, como usted muy bien decía, pero que, indudablemente, es lo único que tenemos; poco agresivo, pero lo único que tenemos. Y máxime, además, yo creo que la Federación Regional de Hostelería fue de las primeras organizaciones que se constituyeron a nivel regional, cosa que implica ya un claro sentido de los mismos de apoyo a la Administración Autónoma, hace ya casi cuatro años, pero que lo que..., ¿cómo se puede articular ello para que no vuelva a ocurrir que un profesional que vaya allí, no sólo como un ciudadano de Madrid, a ver carteles, sino que quiera contactar o quiera informarse, o quiera decir "bueno, ¿con quién puedo hablar yo para que me ponga en contacto, a su vez, con no sé qué empresarios de Burgos, para hacer, a lo mejor, algún tipo de iniciativa", y que no haya nadie -y eso no sólo se produjo una sola vez-, nadie que le pueda informar profesionalmente de esos contactos. Yo creo que eso es la parte preocupante del problema, no la anécdota del otro, que yo estoy convencido que con más tiempo y tal saldrá muy bien y la chuletada que se dé a los invitados, pues, saldrá con menos agobios que parece que salió la última.

Y, luego, el tema del espacio, yo creo que..., usted ha dicho una cosa, que lo ligo a lo del provincialismo. A ver si tenemos cuatrocientos metros cuadrados, para que Palencia y Zamora puedan agruparse... y tal. Entonces, si tienen más metros cuadrados, ¿qué pasa?, ¿qué es que lo que quieren, precisamente, es más espacio provincial? Amén del enorme problema que supone el conseguir -cuatrocientos metros cuadrados en un sitio que no sea tan preferencial como el que tradicionalmente ha tenido la Comunidad Autónoma; que, a lo mejor, implicaría bajarse al primer o segundo sótano, que, evidentemente, no compensaría en absoluto al respecto. Pero sí, evidentemente, si lo que se busca es más espacio para que otras Instituciones se agrupen, es que precisamente que esas Instituciones lo que quieren es espacio para sí mismas y no tener que ir a otro sitio. Yo creo que ésa es la ruptura complicada, que, como muy bien decía el señor Póliz, hay que hacer, pero que yo veo que en FITUR es enormemente complicada, y, de alguna forma, usted lo ratifica cuando habla del mayor espacio para que otros se integren en ese mayor espacio.

EL SEÑOR PRESIDENTE (SEÑOR MARTIN VIZCAINO): Muchas gracias, señor Lorenzo Martín. En turno de dúplica, tiene la palabra el Consejero, señor Posada.

EL SEÑOR CONSEJERO DE FOMENTO (SEÑOR POSADA MORENO): Bueno, muy brevemente. Por mucho que la realidad nos guste o no, la única forma de combatirla es reconocerla. Entonces, no nos resignamos a que el turismo sea de paso, pero hay un gran turismo de paso. Entonces, indudablemente, sería muy bueno que ese turismo no lo fuera de paso, que se

quedara, pero no lo es; entonces, nosotros tenemos que fomentar que ese turismo se quede, indudablemente. Pero no cabe duda que si quisiéramos, con maximalismo, pretender que ese..., poniendo el ejemplo de antes, ese viajero de Madrid que quiere ir a Galicia, que no vaya a Galicia, que se quede en León, lo veo prácticamente imposible; imposible ahora, a lo mejor dentro de unos años y con un esfuerzo, porque hay que intentarlo, más fácil. Pero ahora ¿qué es lo que conseguiríamos? Bueno, pues, si yo consiguiera que en vez de pasar por León a toda velocidad, hiciera allí una noche, hiciera dos noches, pues, realmente ya habríamos conseguido algo, aunque luego los quince días los pase en Galicia; si además decidiera quedarse en León, pues, sería estupendo. Pero nosotros tenemos que ir sin perder de vista nuestro objetivo final, que es aumentar ese turismo que se queda, intentando poco a poco que esté más tiempo ese turismo de paso.

No he querido, por supuesto, hablar de los temas conexos con el turismo; es obvio que el turismo no es sólo la Dirección General de Turismo, y hay muchos temas responsabilidad de Turismo, o que son responsabilidad de otros Departamentos y del mío propio; no sólo ..., me dice las carreteras, y que tengamos en León un abastecimiento de aguas adecuado, y que las aguas estén depuradas, y la rehabilitación de monumentos, y los transportes con unos autobuses adecuados, sobre todo esos transportes discrecionales que pueden dar una oferta turística magnífica. Ya lo sé, pero creo que eso..., entrar en ello sería salirnos del tema de la comparecencia.

Y, finalmente, no he entendido muy bien el tema que me planteaba el último. Nosotros, desde luego, en nuestro stand, en FITUR, en RODATUR, pretendemos dar una unidad, en efecto, de Castilla y León, y decirle: esto es Castilla y León; elija usted lo que le parezca. Al mismo tiempo -y esta es nuestra política- dentro de Castilla y León hay..., las provincias, las Diputaciones... Antes, en FITUR, de una forma compartimentada, en RODATUR -insisto mucho en ello-, de una forma mucho más común, en mesas juntos unos con otros, de forma distinta completamente, hacen sus ofertas más provinciales, pero creo que unas ofertas también, en cierta forma, se apoyan a las otras, porque no es fácil ir sólo a Burgos, o no es fácil ir sólo a León. Entonces, nosotros hacemos la oferta de Castilla y León; no es malo que se hagan otras ofertas provinciales.

En cuanto al señor Lorenzo, y me parece... vuelvo a insistir en el tema de la colaboración con sectores empresariales. En efecto, ése es el problema clave de nuestra política turística. Nosotros -y ésta es nuestra filosofía- no pretendemos desarrollar el turismo desde un punto de vista estatal, llamándonos nosotros Estado como somos, sino, precisamente, promover esas iniciativas turísticas. Me habla de esto que ocurrió en FITUR. Pues, nosotros en FITUR hicimos algo que repetimos

también en RODATUR, que es que nosotros siempre hemos tenido una azafata para que, en un momento dado, a ese profesional que viene buscando a otro profesional -porque no viene buscándonos a nosotros, ni viene buscando el folleto que busca el ciudadano de Madrid que va el sábado o el domingo a verlo, no viene buscando eso-, pues, tomarle su dirección, su teléfono, su nombre..., todo, para poderse transmitir a ese empresario que en ese momento no está ahí y que pueda contactar en el futuro. Insisto -como decía antes-, en que nosotros nos volcamos en esos contactos. Esa persona que vino, claro, se fue defraudada porque no había encontrado lo que él buscaba, que era un profesional con el que quería hablar. Bueno, pero nosotros, desde nuestro punto de vista o desde nuestra posición, hicimos todo lo que podíamos hacer, que es cuando llegó ese profesional que él buscaba decirle: ha venido este señor, póngase en contacto. Claro, no es lo mismo hablar con él allí cuando viene a FITUR, que llamarle luego, que se le encuentra o no se le encuentra. Pero, por nuestra parte, ésa es nuestra posibilidad.

De todas formas, no escatimamos esfuerzos para conseguir esa imbricación entre todos los que en el turismo son importantes en Castilla y León. Hace unos días hemos hecho esta reunión del Consejo Regional de Turismo, que, bueno, tengo que decir que desde Julio yo no lo había reunido. Sirvió para exponer la política turística, para que allí se opinara con toda libertad y por todos los sectores, desde la Administración Central a la nuestra Autonómica, Agencias de Viaje, Transportistas, Hostelería, Centros de Iniciativas Turísticas..., todo un mundo con un..., digamos, un Pleno que, realmente, no es muy manejable y que no puede reunirse más allá de una o, como mucho, dos veces al año, pero allí se creó ya una comisión permanente para que se reúna con más frecuencia.

Este es nuestro desafío y ésta es nuestra intención: imbricar cada vez más a los empresarios de Castilla y León, que son los empresarios que tenemos y que, también, hay que reconocer que están luchando en una situación difícil, porque el turismo en Castilla y León no es el turismo de otros sitios, y por lo tanto, su misma lucha para salir adelante, para conseguir más, pues, es especialmente difícil y ellos lo notan.

Y, finalmente, en cuanto al tema del espacio. Yo tengo confianza en ese cambio que ha habido de stand, precisamente, como decía antes, de FITUR a RODATUR, porque va dando esa idea de una integración mayor sin compartimentación. Yo creo que la idea de RODATUR la podemos repetir en FITUR '89; pretendo hacerlo. Si quiero más espacio, es un poco..., bueno, pues, para salir al paso a esa..., digamos, primera dificultad que se puede poner si las nueve provincias..., es que ahí estamos..., Castilla y León tiene tan poco espacio que, realmente, para mostrarlo todo hay que tener otra presen-

cia. Pero, desde luego, no es mi intención que en esos cuatrocientos metros se les subarriende -por emplear una palabra- a las provincias un espacio para cada una; no. La idea sigue siendo un stand de Castilla y León con una presencia provincial, que nosotros nunca hemos negado, pero que en modo alguno dé una idea de nueve provincias dispersas, sino una Castilla y León que ahí está presente.

Muchas gracias.

EL SEÑOR PRESIDENTE (SEÑOR MARTIN VIZCAINO): Muchas gracias, señor Consejero. Terminado el turno de Portavoces ¿algún Procurador miembro de la Comisión desea formular alguna pregunta? Tiene la palabra el señor Godofredo Martín.

EL SEÑOR MARTIN GONZALEZ: Muchas gracias, señor Presidente. Yo quería hacer hincapié en algo que no he oído y que quizá sería una pequeña solución, no una gran solución del turismo, pero quizá una pequeña, y es el aspecto cultural de Castilla-León y la lengua.

Indiscutiblemente, Inglaterra y Suiza y Alemania están haciendo una gran oferta -sobre todo Inglaterra-, en el aspecto lingüístico, y ése sería un camino que debiéramos de intentar coger aquí en Castilla. Es decir, abrimos al mundo y enseñar nuestra lengua e intentar recoger las personas, los colegios, las instituciones que quieran aprender castellano; indiscutiblemente, donde mejor se puede aprender castellano es en Castilla-León. Son pocos a pocos que pueden hacer muchos.

Y, después, yo hecho de ver que nuestras Universidades no actúan suficientemente, o por lo menos me parece a mí, con la oferta cultural de congresos, que podrían ser una solución, y hacer una oferta de este tipo..., que pueden ser también pocos, pero que pueden ayudar a paliar un poco la falta de turismo en Castilla-León. Yo, hace un mes, he estado en Suiza en un Congreso Médico Mundial, hemos estado en un pueblecito, no hemos estado en Berna, ni en Zurich, ni en ningún sitio de estos, y nos hemos juntado ciento cincuenta médicos de todo el mundo. Para ese pueblo yo sé que una semana no es mucho, pero una semana hemos llenado todos los hoteles y hemos dejado bastante dinero allí.

Yo quería decir que es una forma imaginativa de

cambiar, quizá, de no poder suplir las playas -porque eso va a ser imposible ... del Mediterráneo-, pero, quizá, dar una oferta distinta a nuestro turismo.

Muchas gracias.

EL SEÑOR PRESIDENTE (SEÑOR MARTIN VIZCAINO): Muchas gracias, señor Martín González. Tiene la palabra el señor Posada.

EL SEÑOR CONSEJERO DE FOMENTO (SEÑOR POSADA MORENO): Contesto a los dos puntos. El primero, el lingüístico. En efecto, esta es una idea cultural que es muy interesante; como muy bien ha dicho el señor Procurador, claro, no se trata de algo masivo pero sí interesante. Ha habido ya algún conducto, algún contacto que ha hablado con la Dirección General de Turismo, y nosotros hemos intentado contactar con los Centros, Universidades que podían dar ese servicio. Ciertamente, en estos momentos no tenemos diseñada una acción dentro de la política de turismo en esa Dirección, pero podría ser algo que podría estudiarse.

En cuanto a congresos, bueno, debo decir que yo aquí he continuado una política que, realmente, si de algo se puede acusar -dicho sea entre comillas-, es como de demasiado ambiciosa. Vamos a hacer un Palacio de Congresos, en Salamanca, de Castilla y León que yo creo que, bueno, va a ser una obra verdaderamente notable, y el desafío, el enorme desafío va a ser conseguir los congresos que justifiquen ese Palacio. No cabe duda que la competencia que de cara a los congresos nacionales e internacionales supone Madrid, como capital que suena en el mundo, y con todo lo que a Madrid rodea en todos los aspectos, bueno, pues, va a exigir una gerencia verdaderamente imaginativa, luchadora y verdaderamente gerencial para llevar eso adelante. Es decir que creo que en el tema de congresos, en muy poco tiempo, vamos a tener ese Palacio y al revés: el desafío ahí ya está; el problema va a ser si somos capaces de hacer frente a ese desafío que se nos viene encima.

EL SEÑOR PRESIDENTE (SEÑOR MARTIN VIZCAINO): Muchas gracias, señor Posada. No habiendo más solicitudes de palabra por parte de ningún Procurador, a esta Presidencia sólo le queda agradecer la presencia del señor Consejero, señores Procuradores. Se levanta la Sesión.

(Se levantó la sesión a las diecinueve horas treinta minutos)