

# BOLETIN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES

# CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

## I LEGISLATURA

Serie F: PREGUNTAS  
CON RESPUESTA ESCRITA

8 de octubre de 1979

Núm. 200-II

## CONTESTACION

### Sector turístico.

Presentada por don Ramón Sala Canadell.

#### PRESIDENCIA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 90 del vigente Reglamento provisional del Congreso de los Diputados, se ordena la publicación en el BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES de la contestación del Gobierno a la pregunta formulada por el Diputado don Ramón Sala Canadell, del Grupo Parlamentario de la Minoría Catalana, relativa al sector turístico, publicada en el BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES número 200-I, de 22 de agosto de 1979.

Palacio del Congreso de los Diputados, 27 de septiembre de 1979.—El Presidente del Congreso de los Diputados, **Landelino Lavilla Alsina**.

Excelentísimo señor: En relación con la pregunta formulada por don Ramón Sala Canadell, del Grupo Parlamentario de la Minoría Catalana, relativa al sector turístico, tengo la honra de enviar a V. E. la contestación formulada por el Ministerio de Comercio y Turismo, cuyo contenido es el siguiente:

El Ministerio de Comercio y Turismo es plenamente consciente, a la vista de sus propias estadísticas, facilitadas por el Ministerio del Interior, relativas a entrada de visitantes y divisas en 1978 de la importancia que para la balanza de pagos tiene el fenómeno turístico en nuestro país. Y si algo lamenta es que esta importancia no tenga igual tratamiento en las dotaciones presupuestarias que el Congreso de los Diputados ha aprobado para la actuación dentro y fuera de nuestro país de la Secretaría de Estado de Turismo.

El Ministerio de Comercio y Turismo anunció públicamente que los ingresos por divisas y las entradas de visitantes habían aumentado con relación a 1978, en los primeros seis meses del año 1979, 689,3 millones de dólares más que en el mismo semestre del año anterior y un 15,3 por ciento de visitantes más que en el mismo período del año anterior. Estos datos estadísticos, facilitados por los puestos fronterizos del Ministerio del Interior, nada tienen que ver con el problema de la descapitalización del sector turístico. Este fenómeno general a todas las empresas españolas y mucho más pronunciado en sectores de todos conocidos, no es competencia de la Secretaría de Estado de Turismo que, sin

embargo, ha gestionado créditos específicos para el sector turístico por un montante global de 2.119.371.000 pesetas a lo largo de 1978, teniendo previstos créditos por valor de 2.627.774.000 pesetas para el presente año 1979.

El Ministerio de Comercio y Turismo recibe los datos globales de entrada de visitantes, medios de transportes y desglose por nacionalidades de los puestos fronterizos de policía dependientes del Ministerio del Interior. Son datos que constituyen ya series históricas muy importantes y datos que se reciben con tal rapidez y agilidad que a lo largo de los meses difíciles de julio y agosto han permitido auscultar casi de manera diaria la entrada de visitantes. Es opinión del Ministerio, que el sector hotelero de Gerona que es el que concretamente arrojó en el mes de junio un descenso del 35 por ciento de ocupación, intentó generalizar erróneamente la situación de una provincia concreta con la general del país, olvidando, además, que se lleva registrando una tendencia creciente por parte, tanto de los tours operadores como de los turistas individuales, de pasar del alojamiento hotelero al alojamiento-apartamento, por una sencilla razón: los precios. Precisamente esta tendencia que irá, probablemente, aumentando en los próximos años obliga a seguir manteniendo, aún reconociendo que es perfectible, las estadísticas de visitantes por fronteras, ya que las pernoctaciones en hoteles (cuando los hoteleros llenan las fichas, que no es siempre) no permite un control estadístico de alojamientos para hoteleros.

Con referencia a la situación creada el pasado mes de julio, quisiera informarle que a través de todos los servicios informativos disponibles de la Administración (Servicios Centrales, Delegados Provinciales, Jefes de Oficina en el Exterior, Embajadas, etc.) la Administración ha tratado —y conseguido en gran parte— centrar y serenar la información relativa a nuestro país. En ningún régimen democrático europeo, incluido el nuestro, se puede actuar sobre la prensa nada más que a través de una información veraz y rápida. En

este sentido, la Secretaría de Estado de Turismo estuvo en contacto permanente las veinticuatro horas del día con sus Jefes de Oficinas en el Exterior facilitando una información destinada básicamente a los tours operadores y a la prensa. El resultado ha sido que ningún tour operador, al disponer de información fiable, ha admitido que la situación en España era tal como para admitir la devolución de reservas y el tráfico a través de tour operador se ha mantenido en las constantes previstas. El turista individual es más difícil de alcanzar y por ello el tráfico de carretera ha sido el más afectado —sobre todo, en visitantes franceses— por los “acontecimientos” de los meses de verano y, consecuentemente, los hoteleros más cercanos a las fronteras los más perjudicados.

Las quejas de IFTO han sido básicamente las relativas a la relación precios/servicios en nuestro país y de manera secundaria a la seguridad ciudadana de nuestro país. En la actual situación de economía de mercado y de régimen democrático, uno y otro tema escapan a la competencia del Ministerio de Comercio y Turismo.

Finalmente, y con respecto a la última pregunta, el empleo de los presupuestos de que se dispone para promoción turística está guiado por el criterio de obtener la mayor rentabilidad de la inversión, tanto en lo que se refiere al tipo de acciones a llevar a cabo, medios utilizados y público objetivo al que se dirigen las actividades de promoción.

La distribución de los presupuestos por países o áreas se realiza atendiendo fundamentalmente a los siguientes indicadores: mercado potencia (es decir, la diferencia entre el número de turistas que efectivamente salen de ese país y los que llegan a España), la estacionalidad (es decir, el tanto por ciento de nacionales de ese país que nos llega en los meses de julio y agosto, lo que juega como un factor negativo), la distancia (valorada en precio-viaje) y el gasto medio que el turista de ese país realiza en el exterior.

Dentro de cada país, los criterios que se siguen para el empleo del presupuesto es

el de dedicarlo a los medios con los que puedan obtenerse una mayor cobertura publicitaria, es decir, donde la relación precio-impacto sea más económica.

La proporción en que estos presupuestos se dedican a promoción de la imagen turística global de España y a promoción específica de zonas concretas es difícil de determinar en algunos conceptos, pero puede indicarse lo siguiente, en relación a los presupuestos de que se dispone para promoción en el exterior.

Capítulo 2, artículo 25-252-1. Para gastos de todas clases y por todos los medios de difusión que tengan por finalidad la promoción y la propaganda turística, la promoción del turismo social y para abono de las cuotas de participación en organismos internacionales de turismo. Se cuenta en este concepto con 256.000.000 de pesetas.

Este presupuesto se dedica a la labor de relaciones públicas de las oficinas en el exterior y agencias contratadas, edición de folletos y carteles, gastos de distribución de los mismos, material audiovisual, archivo fotográfico, etc. El 50 por ciento se emplea en actividades de promoción y el otro 50 por ciento, aproximadamente, en material de promoción. De este 50 por ciento se dedica un 80 por ciento a material de propaganda de las zonas turísticas tradicionales de mayor capacidad de alojamiento.

Capítulo 2, artículo 25-252-2. Para gastos de campañas de publicidad. Se cuenta en este concepto con 405.000.000 de pesetas. Aproximadamente un 75 por ciento de este presupuesto se dedica a publicidad específica de zonas concretas y a componentes de la oferta turística española que coincide con la oferta diversificada de las zonas tradicionales de costa.

Capítulo 2, artículo 25-252-3. Para propaganda y promoción turística mediante conciertos con entidades públicas y privadas de diversas áreas turísticas.

En este concepto se dispone de pesetas 149.500.000, de las que un 85 por ciento se dedican a conciertos con las zonas turísticas de mayor oferta de alojamientos.

Capítulo 7, artículo 75-751. Para gastos de exposiciones y concurrencias a Ferias Internacionales. Se dispone de 116.000.000 de pesetas. En este concepto es difícil determinar porcentajes, ya que por el carácter del medio no puede fijarse las proporciones de dedicación a zonas concretas o a imagen global del país.

Lo que envió a V. E. a los efectos previstos en el artículo 133 del Reglamento provisional del Congreso.

Dios guarde a V. E.

El Ministro para las Relaciones con las Cortes, **Rafael Arias-Salgado y Montalvo.**

**SUCESORES DE RIVADENEYRA, S. A.**

**Paseo de Onésimo Redondo, 36**

**Teléfono 247-23-00. Madrid (8)**

**Depósito legal: M. 12.500 - 1961**

**Imprime: RIVADENEYRA, S. A.-MADRID**