



SESIÓN PLENARIA

02.- Debate y votación de la moción N.º 63, subsiguiente a la interpelación N.º 72, relativa a criterios por los que no se ha resuelto el concurso público convocado por la Sociedad Regional de Turismo para la adjudicación de la campaña de promoción turística de los años 2010 y 2011, presentada por el Grupo Parlamentario Popular. [7L/4200-0063]

EL SR. PRESIDENTE (Palacio García): Pasamos al segundo punto del orden del día.

LA SRA. BARTOLOMÉ ARCINIEGA: Debate y votación de la moción N.º 63, subsiguiente a la interpelación N.º 72, relativa a criterios por los que no se ha resuelto el concurso público convocado por la Sociedad Regional de Turismo, para la adjudicación de la campaña de promoción turística de los años 2010 y 2011, presentada por el Grupo Parlamentario Popular.

EL SR. PRESIDENTE (Palacio García): Tiene un turno de defensa el Grupo Parlamentario Popular.

Tiene la palabra D.ª Tamara González.

LA SRA. GONZÁLEZ SANZ: Gracias, Sr. Presidente. Señorías.

La semana pasada interpeábamos al Gobierno en relación a los criterios por los cuales transcurridos siete meses desde que la Sociedad de Turismo convocase un concurso público para adjudicar la campaña de promoción turística de Cantabria a escala nacional para los años 2010 y 2011, solamente se hubiese adjudicado de forma provisional el pasado 29 de abril, uno solo de los trabajos previstos en las bases del concurso convocado por dicha Sociedad, correspondiente al Plan de medios.

A pesar de que las bases del concurso se establecía un período de ejecución del contrato de servicios para la realización de los distintos trabajos propuestos de dos años, el actual año 2010 y el próximo año 2011, el Consejero eludía la semana pasada responder con claridad por qué razones se había incumplido su compromiso de adjudicar la campaña promocional de Cantabria en el mes de noviembre del pasado año 2009 y en consecuencia por qué aun en mayo de este año 2010 la Sociedad Regional de Turismo no había adjudicado ni siquiera provisionalmente los trabajos objeto del concurso convocado y relativos a creatividad, gabinete de comunicación, logotipo y manual de estilo. Un material necesario para el desarrollo de la campaña promocional en las diferentes aplicaciones de reproducción previstas en los pliegos de prescripciones técnicas del concurso convocado por dicha Sociedad.

El Sr. Consejero, optó la semana pasada por realizar un análisis superficial, casi epidérmico sobre el número de mesas de contratación celebradas hasta el 22 de abril, y evitó sin embargo dar explicaciones sobre lo realmente importante.

En primer lugar, porqué transcurrieron casi seis meses desde que se procediera a abrir el 10 de noviembre las ofertas presentadas al concurso por las diferentes empresas, hasta que el 22 de abril, casualmente dos días después de registrarse por el Grupo Popular la interpelación sobre las razones de la no adjudicación de la campaña promocional, y siete meses después de convocarse el concurso público para adjudicar la misma, aún no se habían contratado definitivamente los trabajos objeto de concurso.

En segundo lugar, olvidaba la semana pasada el Sr. Consejero explicar cuándo se preveía daría comienzo la campaña promocional de Cantabria por el territorio español, teniendo en cuenta que han transcurrido ya cinco meses y medio del actual año 2010, y que según lo establecido en el pliego de cláusulas administrativas la adjudicación definitiva del contrato no habrá de producirse antes de que transcurran quince días hábiles, contados desde el día siguiente a que se publique oficialmente la adjudicación provisional de los distintos trabajos objeto del concurso, y a día de hoy según lo publicado en el perfil del contratante de la página Web de la Consejería de Turismo, solamente ha sido adjudicado provisionalmente un solo apartado de la campaña promocional.

Porque Señorías, independientemente del desarrollo de otras actuaciones de promoción que el Gobierno ha puesto en marcha desde comienzos de este año 2010 y a las que un intento de embarrar y distorsionar el debate hizo referencia el Sr. Consejero la semana pasada, viajes de prensa, jornadas de promoción, viajes de familiarización, asistencia a ferias..., etc..

Estas actuaciones nada tienen que ver con el concurso, contratación e inicio de la campaña de publicidad turística de Cantabria, prevista ejecutar a través del correspondiente Plan de Medios que según las bases del concurso habría que materializarse en oleadas de primavera, verano y otoño-invierno.



La realidad es que por primera vez en siete años de gobierno, a dos meses de iniciarse la temporada alta, no se ha iniciado aún la campaña promocional de Cantabria por el territorio nacional. Y tampoco ha sido presentado ni se ha dado a conocer al sector turístico el calendario promocional de este año 2010, herramienta fundamental de planificación para que las empresas turísticas puedan programar su asistencia a las ferias o jornadas promocionales diseñadas por el Gobierno de Cantabria, fuera y dentro de España.

Teniendo en cuenta que la buena marcha del sector turístico en nuestra Comunidad Autónoma depende fundamentalmente de la llegada de turistas nacionales, ya que de hecho entre el 80 y el 85 por ciento de los turistas que llegan a Cantabria proceden de otras regiones de España.

Y teniendo en cuenta además que según los datos publicados por Exceltur la preferencia de la demanda nacional por destinos peninsulares y de proximidad ha permitido el pasado año 2009, y se prevé permitirá de nuevo en este año 2010, a las comunidades tanto de interior como a las que integran la España Verde, entre las que se encuentra Cantabria, aguantar algo mejor el contexto reflexivo de la crisis; es aún más injustificable que mientras todas las Comunidades del norte de España están promocionando sus respectivos territorios ante la celebración del Año Santo Jacobo, que la Sociedad Regional de Turismo de Cantabria, no haya iniciado aún la campaña de publicidad turística de nuestra Región en el territorio nacional.

Una situación que aunque es difícil de justificar hay que inscribir en el modelo de gestión que desde hace siete años ha caracterizado la política turística del Gobierno, guiada por el capricho y la ausencia de planificación, que si analizamos cómo se contrataban las campañas de promoción turística de Cantabria a desarrollar a escala nacional en los últimos siete años, llegamos a la conclusión de que las mismas han estado sujetas a una gestión además de improvisada, envuelta en luces y sombras.

Cabe recordar al respecto la polémica suscitada con la adjudicación de la campaña promocional del año 2004, primer año de Gobierno Regionalista-Socialista, cuando se eliminaron cuatro de las siete empresas que se presentaron al concurso, antes de que las ofertas presentadas por éstas pudieran ser evaluadas por el Consejo de Administración de la Sociedad Regional de Turismo de Cantabria.

Ello motivó que el entonces Presidente de la Asociación de Hostelería de Cantabria no participara en este Consejo de Administración en la adjudicación de la campaña.

Cabe recordar la adjudicación definitiva de la campaña del año 2006 el 15 de febrero de ese año, dos meses antes de iniciarse en el mes de abril la celebración del Año Jubilar Lebaniego.

Cabe recordar también la prórroga de la campaña del año 2006 a lo largo del año 2007, año en el que no se convocó concurso público para adjudicar la campaña promocional de Cantabria en España.

Y finalmente, llegamos a la injustificable situación de este año, que como consecuencia de la actitud inmovilista del Gobierno ha provocado una demora en la resolución definitiva de la totalidad de los trabajos previstos en el concurso convocado por la Sociedad Regional de Turismo, para adjudicar las campañas de los años 2010 y 2011.

Señorías, al margen de los parabienes con los que se regala a sí mismo el Gobierno y particularmente el Sr. Consejero de Turismo, en relación con la marcha del sector turístico en nuestra Comunidad Autónoma, hay dos indicadores oficiales que deben ser motivo de preocupación. En primer lugar, la evolución del sector turístico en cifras de ocupación según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística y el Instituto Cántabro de Estadística; cifras que nos hablan de un índice de ocupación, en el conjunto de establecimientos hosteleros, levemente superior en el año 2009, con respecto a las cifras cosechadas en el año 2005.

Y en segundo lugar, los datos publicados por la Cámara de Comercio de Cantabria, en cuanto a rentabilidad de los negocios hosteleros que nos indican, que un número cada vez mayor de establecimientos hosteleros han visto como en los últimos años, incluso en los de bonanza económica, se reducía progresivamente su margen de beneficios. Reducción creciente de ese margen de beneficios que se ha incrementado y se ha consolidado el pasado año 2009.

Señorías, la pasada semana, el Sr. Consejero, que desde una aptitud conformista definió como su asignatura preferida, la promoción turística, olvidó sin embargo concretar porqué no había cumplido su anuncio de adjudicar la campaña promocional en el mes de noviembre y lo que es aún más importante, cuándo se iba a iniciar la campaña promocional de este año 2010. Una actitud autocomplaciente que le llevó, al Sr. Consejero, a jactarse de hechos sobre la situación real del sector turístico que solamente existen en su imaginación.

Y no compartiendo como no podemos compartir desde el Grupo Popular, la actitud aletargada y abstemia del Gobierno con relación a la gestión de la campaña promocional de Cantabria de este año 2010, tampoco podemos compartir la ausencia de compromiso del Sr. Consejero de Turismo con respecto a la resolución de la contratación de la misma, encontrándonos a mes y medio de comenzar el verano.



Y porque, efectivamente, como afirmó el Sr. Marcano, la semana pasada, el hecho cierto es que no hablamos el mismo lenguaje, ni manejamos el mismo código en cuanto a la gestión de la política turística hemos presentado la moción que hoy es objeto de debate y a través de la que instamos, al Gobierno de Cantabria, a adjudicar las campañas promocionales en años sucesivos, antes de terminar el año, e inmediatamente anterior al desarrollo de las mismas; evitando con ello que la adjudicación y ejecución de futuras campañas se dilate en el tiempo y se vuelvan a incumplir los plazos estipulados en las bases de los concursos públicos que en el futuro puedan ser convocados por la Sociedad Regional de Turismo de Cantabria.

Y en segundo lugar, instamos al Gobierno a adjudicar en el plazo máximo de un mes los trabajos objeto del concurso convocado y correspondientes al logotipo manual de estilo, creatividad y gabinete de comunicación. Trabajos que entendemos son necesarios para poder iniciar la campaña de difusión publicitaria, aunque ya tarde, en el menor tiempo posible.

Esperamos que los Grupos que sostienen al Gobierno apoyen por responsabilidad la moción presentada.

Gracias.

LA SRA. VALDÉS HUIDOBRO (en funciones de Presidenta): Muchas gracias, Sra. Diputada.

Abrimos el turno de fijación de posiciones.

Tiene la palabra el Grupo Parlamentario Socialista y tiene la palabra D.^a Cristina Pereda

LA SRA. PEREDA POSTIGO: Gracias, Presidenta.

La verdad, Señoría, que no pensé, de verdad, que iba a presentar hoy la moción subsiguiente. Yo creo que después de las explicaciones que dio el Consejero había quedado claro. ¡Pero bueno!

Nos da la oportunidad de hacer un repaso y de puntualizar algunas de sus afirmaciones; algunas que ha reiterado hoy, otras hechas en su intervención el pasado lunes y otras en la prensa.

Dice la Sra. Diputada que el presupuesto de turismo para este año desciende respecto al año pasado en un 8 por ciento. Y añade, que de ahí se deduce que el turismo no se considera, por el Gobierno, como sector estratégico para el desarrollo regional.

Vamos a repasar algunos datos, Señoría. Ya sé que no van a cambiar de opinión, pero nos van a ayudar a tener mucho más claro como está situada nuestra región y cuál va a ser la incidencia del turismo en el 2010.

Conviene recordar que el Presupuesto para el 2010 en turismo supone el 36 por ciento de la Consejería; 82 millones iniciales, a los que hay que sumar 23 de CANTUR y 26 del Plan de Choque. creciendo el presupuesto para la promoción turística, Señoría, para la promoción turística en un nueve por ciento, cantidad que está sirviendo ya para intensificar las acciones de promoción y comercialización, incrementando nuestra presencia en ferias, jornadas y todo tipo de eventos dirigidos a posicionar a Cantabria en primera línea tanto a nivel nacional como internacional.

Señoría, ni conformismo ni irresponsabilidad y mucho menos inmovilismo, como usted afirma, se ha empezado a trabajar desde el primer día del año, pero miren frente a estos datos, que ustedes nos niega, vamos a ver lo que pasa en algunas Comunidades, Madrid, pero sí es que nos los ponen ustedes en bandeja, Madrid, el presupuesto para promoción turística desciende el 2,7; Canarias desciende el 17,8; Valencia desciende Señoría el 24,8 y merece la pena repetirlo, Señoría, en Cantabria se incrementa en el 9 por ciento y se promociona Cantabria a nivel nacional e internacional desde el uno de enero.

Y si nos detenemos en el presupuesto general del área, en turismo, y lo comparamos con el 2009, podemos observar que en Murcia se reduce de 28 a 17 millones; en Navarra de 15,68 a 3,20; en Madrid del 29,64 a 27; Castilla y León del 55,72 al 51 ó Canarias de 115 millones a 95. Permítame Sra. Diputada que la diga que merece la pena, que me parece una auténtica osadía el presentar hoy esta moción aquí.

Pero es que además si comparamos la importancia que daba el hoy Diputado del Partido Popular y en el 2002 Consejero de Cultura al turismo, con la importancia que se viene dando desde la llegada de este Gobierno, podemos ver el salto cualitativo y cuantitativo que ha dado nuestra Región.

Mire me parece bastante ilustrativo de lo que significa para ustedes el turismo las palabras que el Sr. Consejero del Partido Popular decía el 5 de junio del 2002 y repito Señoría el 5 de junio, decía el Sr. Consejero: "algunos de los proyectos que tenemos, -lo decía el 5 de junio- alguno de los proyectos que tenemos son las campañas promocionales dentro de la España Verde, dentro del eslogan Bravo España, Bravo Cantabria, que es como tenemos que salir al



extranjero, en colaboración con el Estado, porque de lo contrario nosotros no tendríamos recursos suficientes para estar en este mercado y esto Señoría, ¿no es inmovilismo y aletargamiento que decía usted antes?

De verdad que genial, en tiempos de bonanza económica como era el 2002, es todo lo que se le ocurría al Partido Popular y a su Consejero en materia de turismo, ¡qué derroche de imaginación!

Miren en el 2010, tiempos de vacas flacas, ya se ha asistido a nueve ferias nacionales y 11 internacionales, ustedes no pasaron de los Pirineos ni tan siquiera pidiendo ayuda al Gobierno del Estado, claro que también es verdad que no les hacían ningún caso.

Por cierto cuando pensaron ustedes estar por ejemplo en Brasil, en Japón, nunca, nunca. Algún dato más en el 2009 130 acciones de promoción y comercialización, tanto a nivel nacional como internacional, eso frente a la asistencia de las tres o cuatro ferias a la que asistían ustedes por cierto sin ningún contenido.

La ocupación hotelera y extrahotelera Señoría, en Semana Santa conviene recordarlo ha crecido un 6,6 por ciento, alcanzando el 73,6. El año pasado era el 66,7 pero es que el resto del país ha descendido en un 9,1, digo yo que algo tendrá que ver la promoción, algo se estará haciendo bien Señoría.

Y podría poner más datos comparativos pero no me queda tiempo. Señoría esto es lo que tiene que importarnos, lo que importa es saber si las cosas se están haciendo bien, tenemos que preguntarnos, ¿estamos mejor o peor que las Comunidades gobernadas por el PP?, la respuesta es clara, ya lo hemos visto, desde luego mejor.

¿Estamos en condiciones de decir que Cantabria está hoy más en el mundo que en el 2002 y esto nos reporta gratos beneficios?, pues también la respuesta es clara Señoría.

Por tanto creo que sería justo reconocer que aún en tiempos de crisis como los actuales, se va por el buen camino. Cantabria es más conocida que nunca a nivel nacional e internacional y esto no quiere decir que no podamos mejorar, desde luego no caemos en la complacencia, pero de ahí a negar el pan y la sal como hace su Señoría a lo que se está haciendo. Y mire, dos objetivos a corto plazo y Sra. Presidenta de verdad que termino enseñada.

LA SRA. VALDÉS HUIDOBRO (en funciones de Presidenta): Sí Sra. Diputada ha de ir concluyendo.

LA SRA. PEREDA POSTIGO: Termina en dos segundos.

Dos objetivos a corto plazo, la declaración del camino de la costa como Patrimonio de la Humanidad y la preparación del próximo Año Jubilar, ustedes esperaban un mes antes para comenzar a planificarlo

Señoría, está claro que la concepción del turismo que tiene esta Consejería, afortunadamente no tiene nada que ver con la suya.

Hoy se apuesta por un turismo dinamizador de nuestros activos, un turismo generador de empleo, un turismo de calidad, un turismo integrado en los circuitos culturales del mundo. Es una pena que esto para ustedes sea una pesadilla y un disgusto.

Muchas gracias.

LA SRA. VALDÉS HUIDOBRO (en funciones de Presidenta): Muchas gracias, Sra. Pereda.

Tiene la palabra el Grupo Parlamentario Regionalista, su Portavoz, D.^a Eva Bartolomé.

LA SRA. BARTOLOMÉ ARCINIEGA: Gracias, Sra. Presidenta. Señorías.

No voy a tratar de hacer pedagogía en esta intervención, se lo aseguro; pero no me resisto a aclararle algunos conceptos que no tiene usted bien definidos y mire que el Consejero se lo intentó explicar, como buen docente que es.

La interpelación de la semana pasada y la moción que presenta esta semana, se refieren a la campaña de promoción. Es decir, al plan de medios, es decir a las inserciones publicitarias en los distintos medios de comunicación. Y usted lo mezcla -no sé si deliberadamente- con el calendario de promoción que realiza la Consejería o sola o con Turespaña o con las otras Comunidades con las campañas de la España Verde, que son asistencia a ferias, jornadas directas, jornadas inversas, viajes de familiarización, bolsas de contratación, etc. etc. etc.

Verá, cero que verá, que son cosas diferentes, lo malo no es que usted lo confunda, yo hasta podría entenderlo, aunque su Portavocía yo creo que le obligaría a ciertos esfuerzos. Lo malo, en mi opinión, es que de ese error usted extrae conclusiones un tanto, un tanto mal intencionadas.



Primera conclusión falsa. La Consejería no hace promoción. No, Señoría, no, la Consejería hace promoción desde el día 1 de enero hasta el 31 de diciembre. En todos esos calendarios de promoción que le he indicado, con todas esas acciones, pero además, realiza otras muchas acciones que no se incluyen en la campaña de publicidad, como por ejemplo, los reportajes publicitarios, que se consiguen tras los viajes de familiarización de prensa o fruto de los convenios con agencias de viajes o por el acuerdo con las compañías aéreas. Todo eso no entra en la campaña de publicidad, pero son campañas de promoción. A usted no parece que le resulta muy adecuado, a nosotros sí, muy valioso.

Segunda conclusión falsa. Las empresas turísticas no pueden planificar su actividad comercial. Otra vez se confunde, otra vez una conclusión falsa. Le voy a decir por qué. Porque las empresas turísticas no participan en la campaña de publicidad, no participan, porque la campaña de publicidad es institucional y vende el destino Cantabria, no vende las empresas, vende Cantabria.

En lo que sí intervienen las empresas turísticas es en el calendario de promoción. Es decir, en todas esas actividades que le hemos estado diciendo que nada tienen que ver ni interfieren para nada en la campaña de publicidad y para eso reciben citas puntuales y fluidas entre la Sociedad Regional de Turismo y las empresas turísticas. Distíngalo, aprenda de una vez a distinguirlo, Señoría. Es interesante para nosotros y para usted también.

Debo hacerle otra aclaración, no me resisto, le tengo que confesar que no me puedo resistir; los presupuestos. Me sorprende que se atreva usted aquí a hablar de presupuestos. Los dos Gobiernos, los últimos dos Gobiernos del Partido Popular dieron 11 millones de euros a turismo.

Esta Consejería ha llegado a triplicarlos, Señoría, a triplicarlos. Y es más, para este año se añaden 26 millones adicionales, se lo dijo el Consejero el otro día, a usted parece que no le gusta, no le gusta la idea, pero mire, aunque no le guste no se puede resistir la comparación.

Si a usted le parece que con este presupuesto el turismo no es estratégico, entonces qué era para ustedes con tres veces menos de presupuesto. Se lo voy a decir yo, Señoría, era una actividad marginal, absolutamente marginal para ustedes.

Otra cuestión interesante: los datos. Me la imagino rodeada de papeles buscando desesperadamente alguna cifra con la que poder salir aquí para poder apoyar su discurso tremendista.

Sobre esto le voy a decir unas cuantas cosas, mire, hablaba en su intervención la semana pasada insistentemente, en pernoctaciones y viajeros en establecimientos hoteleros y omitía, no sé si deliberadamente también, campings, establecimientos de turismo rural, apartamentos turísticos. Éstos también son empresas turísticas, Señoría, y en ellos también se alojan turistas.

Y aquí lo mire como lo mire, quiere restarle importancia y mérito el hecho fehaciente y cierto es que somos la única Comunidad de España en la que han crecido los viajeros y las pernoctaciones; lo puede mirar del derecho o del revés, es su problema.

Recorre entonces a la rentabilidad de las empresas, pues mire, la rentabilidad de las empresas no depende de la Consejería porque la Consejería no gestiona las empresas. En una coyuntura como la actual, y yo que he sido empresaria se lo puedo decir, los empresarios deciden moderar sus precios para no perder mercado, y ahí reside la reducción de los beneficios, Señoría, no en la Consejería que no es responsable de la gestión de las empresas.

Y el aeropuerto, aquí ya si que no me puedo resistir, el aeropuerto. No voy a gastar ni un minuto en explicarle la transformación porque habla por sí sola Señoría, ahora le voy a decir una cosa, porqué la comparativa con 2005, me lo tendrá que explicar, porqué la comparativa con 2005.

No Señoría, la comparativa es 2003 aeropuerto con su Gobierno, 2009 aeropuerto con nuestro Gobierno. Y en ese caso la comparativa es 60.000 turistas más, 120.000 pernoctaciones de turistas extranjeros más; 2003-2009, el antes del aeropuerto y el ahora del aeropuerto.

Yo le aconsejo que utilice los datos del INE y del ICANE porque mire, son datos estadísticos, obligatorios, de reunir por todos los establecimientos hoteleros, obligatoriamente, por Ley. Porque usted insiste en hablar de la Cámara de Comercio y la Cámara de Comercio lo que hace y lo que publica son encuestas, encuestas de opinión, no son datos fiables porque no son obligatorios, los contesta quien quiere. Y en eso se habrá enterado porque lo ha publicado la prensa, son bastante más optimistas con el futuro que usted.

En conclusión tengo que decirle que esta moción pues aparte de darnos la oportunidad de desmontar uno por uno cada uno de sus falsos argumentos sobre el turismo, ha utilizado usted una excusa muy burda y muy absurda, porque el Plan de Medios está adjudicado ya.



El logotipo ha quedado desierto porque así lo ha decidido la Mesa de Contratación. El eslogan de Cantabria Infinita ha venido funcionando maravillosamente y con notable éxito, indudable éxito durante estos años sin logotipo y Cantabria ha vendido cada vez más y mejor. En definitiva, Señoría, no se ha producido ningún perjuicio, ni para las empresas ni para Cantabria como destino.

Y le voy a decir una cosa, no podemos encontrar bajo ningún concepto ningún fundamento para apoyar su moción, pero aunque no les guste la mejor campaña de promoción de Cantabria se sienta en ese escaño en la primera fila.

Muchas gracias.

LA SRA. VALDÉS HUIDOBRO (en funciones de Presidenta): Muchas gracias Sra. Diputada.

Tiene la palabra nuevamente el Grupo Parlamentario Popular para fijar definitivamente su posición, tiene la palabra D.^a Tamara González.

LA SRA. GONZÁLEZ SANZ: Bueno, en primer lugar decirle a la Portavoz del Grupo Socialista, que desde luego no entiende muy bien cómo son las campañas promocionales dentro de España y las que se hacen fuera de España, las que se hacen fuera de España se hacen en colaboración con el Ministerio de Turismo del Gobierno de España.

Eso es lo que usted tiene que distinguir y no afirmar lo que ha afirmado aquí desde esta tribuna. Y yo no voy a entrar, Señoría, en el debate del antecesor y del sucesor, un debate al que se recurre habitualmente desde esta tribuna porque yo no entro en debates de carácter personal, me gusta debatir sobre programas y principios de los Partidos.

Y, Sra. Diputada, la gestión de hace siete años ya se votó por los ciudadanos de Cantabria y de lo que estamos hablando es de la gestión actual del Gobierno de Cantabria y de futuros procedimientos para convocar concursos públicos, a usted que le gusta tanto hablar de transparencia y de concursos públicos.

A la Portavoz del Grupo Regionalista, la tengo que decir que es usted una auténtica manipuladora, no ha escuchado ni una sola palabra de lo que he dicho en esta tribuna hace unos minutos en la exposición de motivos para explicar la moción planteada.

Y señora Diputada, no hay palabras mal dichas sino mal interpretadas. Yo creo que los Diputados que formamos parte de esta Cámara tenemos una función esencial que es controlar e impulsar la acción del Gobierno de Cantabria, y no creo que entre nuestras funciones esté la de evaluar y devaluar al mismo tiempo lo que dicen los Diputados desde esta tribuna, que es lo que ha hecho usted, precisamente hoy, con relación a mi persona. Parece que hay que cambiarla a usted el nombre, en vez de llamarla Sra. Bartolomé habrá que llamarla a partir de ahora Sra. María Virtudes.

En todo caso, quizás usted no ha entrado en el debate de la cuestión de hoy, que desde luego trataba sobre cómo se han adjudicado las campañas de promoción turística en esta Comunidad Autónoma en estos últimos siete años y cómo se tienen que hacer en el futuro. Y tal vez usted, Sra. Diputada, no quiera entrar. Porque fue directamente responsable como Directora de Turismo, del año 2004 al año 2007, de la adjudicación y la gestión de esas campañas promocionales y, por lo tanto, igual no quiere entrar a debatir sobre las mismas porque tiene cosas que ocultar.

En segundo lugar, parece que una contradicción que las dos Portavoces...

LA SRA. VALDÉS HUIDOBRO (en funciones de Presidenta): Un momento, un momento.

Por favor, les ruego que guarden silencio a todos.

Puede continuar.

LA SRA. GONZÁLEZ SANZ: Sí.

Parece una contradicción que las dos Portavoces nos hablen de resultados tan positivos de la gestión turística en nuestra Comunidad Autónoma cuando en años anteriores, las campañas publicitarias que se adjudicaron, las primeras oleadas promocionales, siempre se realizaron en los primeros meses de cada uno de los años, en los meses de abril a junio. Y lo sabe muy bien la Portavoz del Grupo Regionalista, ex Directora de Turismo.

La realidad es que se ha dado un salto cualitativo en los últimos siete años. Y es que de adjudicar la campaña promocional del año 2004, en octubre del año 2003 como tiene que ser, se ha pasado a no adjudicar totalmente la campaña de este año 2010 y a que esta campaña no haya comenzado al día de hoy.

Yo, Señorías, francamente lamento que hayan dicho desde esta Tribuna que no van a apoyar la moción presentada, porque demuestran con ello que tienen una visión bastante idílica de la realidad del sector turístico en nuestra región.



Que el esfuerzo del que presumen, en cuanto al incremento presupuestario al que han hecho alusión las dos Diputadas del Gobierno de Cantabria en los últimos años, desde luego solamente ha servido para tres cosas: para incrementar la cifra de pernoctaciones en el conjunto de establecimientos hosteleros en cuatro años en un 0,8 por ciento; en reducir las estancias de las pernoctaciones de turistas extranjeros en el conjunto de los establecimientos hosteleros en más de 17.000 en los últimos cuatro años y también en incrementar el número de empresas turísticas que han reducido progresivamente su margen de beneficios.

Y con este panorama, ustedes ni tan siquiera son capaces de reconocer lo insólito que es que no haya comenzado aún la campaña promocional de Cantabria en el mes de mayo. A pesar que contrariamente a lo que ustedes dicen, ese balance de resultados después de siete años de gobierno supone...

LA SRA. VALDÉS HUIDOBRO (en funciones de Presidenta): Sra. Diputada, debe ir finalizando.

LA SRA. GONZÁLEZ SANZ: ...que no se haya cumplido casi ninguno de los objetivos que se propuso el Gobierno de Cantabria en materia de política turística.

Y -sí voy terminando- su rechazo a la moción planteada deja patente, efectivamente, que ustedes apuestan por un modelo de gestión muy diferente al del Partido Popular, que como el Gobierno prefieren mantener una actitud conformista y autocomplaciente y que no están dispuestos a exigir al Gobierno de Cantabria transparencia, planificación y eficacia, tanto en la gestión de las futuras campañas promocionales como en la adopción de medidas particularmente, para que pueda dar comienzo en el menor tiempo posible la campaña promocional de este año 2010.

Nada más y muchas gracias.

LA SRA. VALDÉS HUIDOBRO (en funciones de Presidenta): Muchas gracias Sra. Diputada.

Vamos a pasar a la votación.

¿Votos a favor de la moción presentada?, ¿votos en contra? ¿Resultado?

EL SR. CAGIGAS RODRÍGUEZ: Votos a favor, dieciséis; votos en contra, diecinueve.

LA SRA. VALDÉS HUIDOBRO (en funciones de Presidenta): Queda rechazada por dieciséis a favor y diecinueve votos en contra.