



SESIÓN PLENARIA

4.- Interpelación N.º 98, relativa a instrumentos de marketing, publicidad, acuerdos con empresas turísticas, tarifas, ventas por empresas y resultado del I Plan de Promoción Turística, presentada por el Grupo Parlamentario Regionalista. [8L/4100-0098]

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Pasamos al punto cuarto del Orden del Día, Sra. Secretaria.

LA SRA. BEITIA VILA: Interpelación N.º 98, relativa a instrumentos de marketing, publicidad, acuerdos con empresas turísticas, tarifas, venta por empresa y resultado del I Plan de Promoción Turística, presentada por el Grupo Parlamentario Regionalista.

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Turno de exposición de la interpelación por parte del Grupo Regionalista, tiene la palabra D.ª Eva Bartolomé, por un tiempo de diez minutos.

LA SRA. BARTOLOMÉ ARCINIEGA: Gracias, Presidente. Buenas tardes señoras y señores Diputados.

Todos en Cantabria creo que somos conscientes de la importancia del turismo en nuestra economía regional, importancia por la actividad directa y la actividad inducida en otros sectores y por el empleo generado.

El estudio cofinanciado por este Gobierno y Exceltur, rebaja la aportación al PIB regional al 10 por ciento, aunque no conocemos qué sistema han seguido para llegar al dato al ser un estudio bastante escueto. Tampoco se corresponde con el anterior estudio realizado.

El Partido Popular se presentó a las pasadas elecciones con una propuesta en materia de turismo con pocas novedades, y entre las medidas inmediatas en el reto autoimpuesto de cambiar Cantabria en 100 días, anunciaron el Plan de choque de promoción como la propuesta estrella.

Ni en la comparecencia para explicar su proyecto de Legislatura en materia de turismo, ni en las preguntas en el Pleno en septiembre de 2011, pasamos de saber algo más de aquello de un plan para relanzar y desestacionalizar el turismo de fin de semana en la temporada baja. Seguimos sin saber más.

Entonces registramos varias solicitudes de documentación para conocer los detalles y poder emitir un juicio con papeles en la mano. Por dos veces tuvimos que solicitar la información, Sra. Consejera y la respuesta tiene dos etapas: una primera, hasta divertida, Plan de Marketing, nos envían el último firmado por el Sr. López Marcano; convenios con CANTUR para los descuentos, nos envían el convenio que firmó el Sr. Cagigas en el año 2002, parecía que vivíamos con un dejá vu o una broma de mal gusto, me inclino más por esto segundo.

Entonces volvemos a preguntar y tenemos la segunda respuesta, ya metidos de lleno en el año 2013. A la pregunta de los descuentos en las instalaciones de CANTUR la respuesta es, "Se aplicarán tarifas especiales" A la petición de establecimientos y entradas vendidas por cada uno de ellos, la respuesta es, "Los establecimientos han comercializado bonos incluidos en el Plan".

Preguntamos también por las entradas vendidas y el importe total de las mismas, a lo que nos responden "3.134 entradas y de la venta total nada"

Verán que son ustedes muy claros, contundentes y sobre todo muy transparentes, muy, muy transparentes en el envío de documentación. O no conocen la información, que significaría un grave descontrol, o bien quieren eludir las explicaciones a la oposición, elijan ustedes mismos la opción que prefieran.

Queríamos saber en qué consistía un plan que se había anunciado como la gran solución para el sector en temporada baja y queríamos también conocer los resultados que se anunciaban en los medios como todo un éxito.

Sin embargo, de ustedes no obtuvimos información ni de lo uno ni de lo otro, un gobierno transparente del que no pudimos recabar información de su gestión para evaluar su resultados.

Según ustedes el éxito del I Plan de Choque dio lugar al segundo y tenemos que creerlo, o no, el caso es que dada la falta de documentación aportada por el Gobierno, pues hemos tenido que analizar por nuestra cuenta.

Veamos, viajeros, entre noviembre de 2010 y febrero de 2011, con el anterior gobierno, Cantabria recibió 274.118 viajeros, entre noviembre de 2011 y febrero de 2012, ya con el primer plan de choque en marcha de su gobierno, Cantabria recibió 206.505 viajeros, es decir, 67.613 viajeros menos que el mismo periodo del año anterior.



Y entre noviembre del 12 y febrero del 13 con el segundo plan de choque Cantabria recibió 184.779 viajeros, 21.725 viajeros menos que el mismo periodo del año anterior con el primer plan.

La primera conclusión nos indica que si se pierden viajeros, buenos, buenos lo que se dice buenos los resultados no parecen ser.

Y visitas, las instalaciones de CANTUR ustedes nos dijeron que vendieron 3134 entradas en el primer plan de choque, eso nos lo dicen el 21 de enero de 2013, 3134 entradas, bueno pues en un comunicado de prensa, referido al segundo plan de choque anuncian que han recibido 126.746 visitas, se ha multiplicado por 42, 42 veces los visitantes en 2013 que en el 2012, ha sido como la multiplicación de los panes y los peces, entenderá que tanto baile de cifras pues nos marea, nos desconcierta y pues qué quiere que le diga, nos genera cierta extrañeza.

Y seguimos investigando, empresas, con el primer plan de choque, se publicó un folletito, recuerda el Sr. Consejero ¿verdad?, un folletito con una relación de 165 empresas de un total de más de dos mil, ustedes hablaban de 190. En el segundo plan de choque ya no hay folletito, pero en la web de turismo rural viene la relación de posadas y casas rurales adheridas, son 68 de turismo rural, 68 de las cuales 28 son nuevas, no estaban incluidas en el plan del año pasado, lo cual quiere decir, que 40, establecimientos no repiten en el plan, por tanto hay que deducir que la experiencia no habrá sido tan positiva si las empresas no repiten la participación.

Y por último pues el plan de medios, en el año 2012 durante el primer plan de choque solo hubo plan de medios en el segundo semestre, contratado por equemedía, por cuatrocientos y pico mil euros, de manera que se destinarían tenemos que suponer al primer plan de choque según usted habla en los medios de comunicación pues unos 142.000 euros.

Para este año sí hay plan de medios, durante todo el año, de unos 850.000 euros y usted habla de 182.000 euros para el plan de choque, desconocemos si está incluido en ese plan de medios o es añadir, en cualquier caso, lo que sí sabemos según sus declaraciones es que se basará en Internet y redes sociales.

No es algo nuevo, ustedes se enorgullecen de pasar del millón de visitas en la web, pero no tienen nada más que buscar en los archivos que los manejan extraordinariamente y comprobarán que el anterior web logró unas estadísticas más que notables de visitas y gestionada por una empresa de prestigio en esta materia como era VIAVOX, de manera que tanto esfuerzo, tanto esfuerzo, para tan poco resultado.

Lo que sí es nuevo es que se destine el 80 por ciento al marketing on line, teniendo en cuenta que el 76 por ciento de las visitas que recibe Cantabria no usa Internet, destinar algo así como 650.000 euros para el 24 por ciento de nuestros visitantes parece desproporcionado. Ya también es nuevo que del personal de promoción, siete personas, cuatro se dediquen a Internet y redes sociales.

Yo sobre las redes sociales personalmente valoro muy positivamente que cada día estemos más presentes en ellas, yo misma soy una usuaria activa de las redes sociales, de hecho Cantabria, tiene perfil en facebook desde diciembre de 2009, sin embargo destinar tantos recursos y tanto personal para al final tener 36.000 amigos en facebook y 6000 seguidores twitter pues nos parece también un poco desproporcionado. Si tuvieran un cuarto de millón de seguidores, como tiene nuestro Secretario General, pues al fin y al cabo, igual les merecía la pena, pero tener a cuatro personas dedicadas para twittear, teniendo 6.000 seguidores, pues nos parece un poco excesivo.

Nosotros sencillamente, pues pensamos que no hay un aprovechamiento ni racional ni proporcional de los recursos humanos ni materiales.

Además, por último vamos a hablar del presupuesto, porque si esto fuera poco, ustedes sinceramente creo que no valoran suficientemente al sector.

Su primer presupuesto, el de 2012, redujo un 16,03 por ciento, el destinado a turismo; 20 millones, de los que ejecutaron apenas el 45 por ciento, es decir, 9 millones. Y el segundo, el de 2013, baja un 42,12 por ciento, pierde 8 millones y medio de euros y ya veremos a ver lo que ejecutan de ese dinero. Lo que llaman ustedes ahorro y que nosotros lo llamamos desinversión y que sin duda ha tenido consecuencia, no nos ha salido gratis y al sector tampoco. Total, para pasarse de frenada, porque podían haber ejecutado más presupuesto, incluso cumpliendo el compromiso de déficit.

En conclusión, pensamos que esto del plan de choque, en realidad es poner un nombre rimbombante a un par de acciones para unas empresas muy concretas, unas fechas muy concretas y que en realidad oculta la ausencia de un programa serio, riguroso y ambicioso como exigen los tiempos y las circunstancias y para todo el sector durante todo el año. Un nombre muy ostentoso y altisonante para unos resultados exiguos.



Su Director General dijo en enero de este año: “no nos podemos permitir hacer promoción sin resultados.” Y tengo que decir que estoy totalmente de acuerdo y yo pienso que si se consiguen 22.000 visitantes menos, no se está obteniendo resultados.

Y claro, el sector está sobreviviendo a base de hacerse su propia promoción y bajar los precios y para esto, pues no les necesitan a ustedes.

De manera que en los 20 meses que llevan en el Gobierno, lejos de aquellos principios con los que se presentaron a las elecciones y que consiguieron la confianza de los ciudadanos, no están demostrando ser ni transparentes ni austeros ni eficaces.

Yo creo que a la luz de los resultados y de la situación, debieran de reflexionar seriamente, con sinceridad y reconsiderar su estrategia de marketing y de promoción y valorar otras opciones, como le venimos pidiendo desde hace tiempo, desde el Grupo Parlamentario Regionalista.

Nada más.

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Muchas gracias, Sra. Diputada.

Contestación del Gobierno. Tiene la palabra, el Consejero de Innovación, Industria y Comercio, D. Eduardo Arasti, por un tiempo de diez minutos.

EL SR. CONSEJERO (Arasti Barca): Muchas gracias, Presidente.

Sra. Diputada, usted lo que me pide siempre es que los folletos, que hagamos folletos y que sean más grandes. Eso es lo que siempre que sube a esta Tribuna nos pide.

Mire usted, usted dice sobre el primer plan de choque que nuestras informaciones son difusas, incongruentes e incluso inexistentes.

Mire, se ha facilitado sobre el primer plan de choque información en este Parlamento en varias ocasiones. Se han contestado concretamente cinco preguntas orales en relación al primer plan de choque. Se han contestado también dos peticiones de documentación e incluso hemos contestado en este pleno, una pregunta oral en relación con el segundo plan de choque.

Habla usted de informaciones difusas. Mire usted, leo textualmente: “Contestación a la petición de documentación N.º 805, relativa a importe y número de entradas a las distintas instalaciones de CANTUR por la venta a través del llamado plan de choque de promoción turístico de 2011-2012, solicitada por D.ª Eva Bartolomé Arciniega”. Ésa es la pregunta concreta.

Respuesta concreta: “En relación con la petición solicitada se informa a la Sra. Diputada que el número total de entradas vendidas dentro del plan de choque de promoción turística 2011-2020, fue de 3.134 entradas. Se adjunta cuadro con detalle de las mismas. Cabárceno, 1.925; Fuente De, 180; Museo Marítimo del Cantábrico, 77; Altamira, 464; El Soplao, 458”.

Esto es una información concreta, a una petición concreta y se responde concretamente a lo que usted ha preguntado.

El plan de choque, efectivamente tiene el objetivo de captar visitantes los fines de semana durante la temporada baja, de noviembre a febrero, fundamentalmente de las Comunidades vecinas. Los resultados del primer Plan de choque son los que acabo de decir y dan la vuelta a una situación heredada del Gobierno anterior.

En el mismo periodo de tiempo hemos obtenido cinco puntos, mejores resultados en cinco puntos que Asturias, en ocho que Galicia y en dos que en Castilla y León. No pretendemos, Sra. Bartolomé, mejorar los resultados respecto de años anteriores porque eso evidentemente es una entelequia. Ustedes se han encargado de dejar a este país, a esta región, prácticamente al borde de la quiebra. Por lo tanto, tenemos una Cantabria y una España más empobrecida.

En cuanto al segundo Plan de choque, le diré que se hace porque el propio sector nos solicita la reedición, a la vista de la favorable acogida del primer plan de choque y de los resultados obtenidos. El número de establecimientos adheridos es de 169 y el número de visitantes vinculados al plan es de 6.630 visitantes, más del doble que en el primer plan de choque. Un 111 por ciento con relación al año anterior.

Pero mire, no es la primera vez Sra. Bartolomé que nos acusa usted de falsear los datos. Concretamente, me acuerdo que el pasado mes de agosto, el mes de mayor relevancia desde el punto de vista turístico, ya que representa el



28 por ciento de las pernoctaciones anuales, usted dijo en esta Tribuna que en agosto hubo 4.340 viajeros menos cuando en realidad hubo 12.913 viajeros más y 33.365 pernoctaciones más en todo el sector turístico de Cantabria. Y todavía, Sra. Diputada, no la he oído rectificar.

Concretamente, en ese mes de agosto, el más importante de la temporada turística del año, el sector hotelero de Cantabria aumentó un 5,6 por ciento. Mientras que la media española bajaba en un 3,2.

Fuimos la primera Comunidad Autónoma de España en cuanto a resultados en ese mes de agosto.

En el total de la industria alojativa obtuvimos un aumento del 4,2 por ciento. Mientras que la media española bajaba en un 3,1 por ciento.

Y en cuanto a pernoctaciones, fuimos la segunda Comunidad Autónoma en cuanto al sector hotelero. La segunda en cuanto al sector extrahotelero. Y en el total de la industria alojativa, aumentamos en un 3 por ciento las pernoctaciones cuando la media española había bajado un 2,3 por ciento.

Lo mismo ha pasado en Semana Santa. También una temporada importante desde el punto de vista turístico y nos han acusado también de falsear los datos.

Esta Semana Santa, los resultados turísticos han sido satisfactorios. El sector los ha cifrado, la ocupación media, en un 80 por ciento. Y en algunas zonas lleno total.

El número de visitantes atendidos en las Oficinas de Turismo han aumentado un 16,3 por ciento. Las infraestructuras de CANTUR han recibido más visitantes que el año anterior. Concretamente, de jueves a domingo han aumentado el 35,32 por ciento.

En Cabárceno se han recibido más de 20.000 visitantes. Un 35,59 por ciento más que el año anterior. En Fuente Dé, casi 6.000 visitantes. Un 25,76 por ciento más. En total, en las infraestructuras de CANTUR hemos recibido: 34.947 visitantes; un 35,32 por ciento más.

El Sr. Marcano, manifestaba hace pocos días que en las instalaciones de CANTUR había habido 1.687 visitantes menos que en 2012. cuando lo cierto es que en Semana Santa, de jueves a domingo; es decir, en términos homogéneos; ha habido: 9.121 visitantes más. Que es un 35,32 por ciento más.

Y todavía estoy esperando que usted, Sr. Marcano, rectifiquen. Y mire usted, equivocarse es normal, lo hacemos todos los días, no tiene porqué avergonzarnos, pero cuando uno se equivoca, yo creo que lo noble, lo normal, es pues decir que evidentemente reconocer el error y pedir disculpas.

Lo mismo decía usted con el Aeropuerto de Parayas, prácticamente nos venía a decir que el Aeropuerto de Parayas era un verdadero desastre. Yo le recuerdo a usted que el Aeropuerto de Parayas en el año 2010, disminuyó el número de viajeros en 38.500 personas.

Esa disminución se corrigió en los años 2011 y 2012, que han sido los mejores años de la historia del Aeropuerto de Parayas. Mire, si comparamos 2012 con 2010, vemos que hemos aumentado en cerca de 200.000 viajeros, un 21,5 por ciento.

Usted nos criticaba y sin embargo hoy hay más compañías que nunca ¿o no Sra. Diputada? Hay más rutas internacionales que nunca y en cuanto a los destinos nacionales se mantienen todas las conexiones nacionales. Y cuando la empresa Ryanair se va de aeropuertos vecinos, aquí, en nuestro aeropuerto aunque usted ponga el grito en el cielo, no solamente no se va sino que sumamos dos nuevas rutas internacionales, nada más y nada menos que a Edimburgo y a Dusseldorf que son muy interesantes, no solamente desde el punto de vista turístico sino también desde el punto de vista comercial.

Por lo tanto los resultados son los que son, yo creo que cuando se trabaja se obtienen buenos resultados y evidentemente son muy distintos a los que usted quiere, por los que usted quiere hacernos pasar.

Muchas gracias.

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Muchas gracias, Sr. Consejero.

Réplica de la Sra. Diputada, tiene la palabra D.^a Eva Bartolomé, por un tiempo de cinco minutos.

LA SRA. BARTOLOMÉ ARCINIEGA: Gracias, Sr. Presidente.



Mire, le he demostrado además cronológicamente cual ha sido el proceso de las peticiones de documentación y sus respuestas, hasta el punto de que peticiones que se han tenido que reiterar hasta dos y tres veces con queja referidas al año 2011, han tenido respuesta en el año 2013; eso es suficiente para desmontar completamente su pretendida defensa.

Sobre el Plan de choque hemos tenido que preguntarle y volverle a preguntar hasta el ridículo de que nos conteste con convenios firmados por el anterior Consejero de Turismo. Eso es ridículo, ridículo Sr. Consejero.

Pero mire, ha caído usted en una contradicción lo que suele ocurrir muy a menudo cuando uno intenta trapear la realidad. O sea que usted dice que hemos dejado Cantabria al borde de la quiebra y al mismo tiempo reconoce que no puede aspirar a llegar a los resultados que teníamos anteriormente.

Si usted es tan bueno, tan fantástico y el problema es que nosotros lo hemos dejado tan mal, usted tendría que haberlo superado pero de sobra, usted sobrado, tendría que haberlo superado a la primera de cambio, simplemente con sentarse en la mesa del despacho de Consejero, porque es fantástico.

Mire, usted ha dado una cifra del Plan de choque de este año y usted ha hablado de algo así como seis mil y pico visitantes. Pero si es que yo no me invento los datos, no me los invento se lo puedo garantizar.

Mire, esto es lo que nos respondió usted en enero respecto al Plan de choque, el primero, del año 2011-2012: "3.134 visitas". Bien, usted nos está diciendo que del segundo hay algo así como seis mil y pico me ha parecido entenderle visitantes, pues entonces a qué se corresponde que usted diga que hay 126.746 personas que acudieron tras la aprobación del Plan de choque.

Yo no sé, añade dígitos con una facilidad, sí, sí, éstas son sus palabras, aquí están, yo no me lo he inventado. Usted no me cuenta a mí las cosas, las cuenta a la prensa y la prensa las publica y yo me hago eco de lo que usted dice, aquí dice seis mil y pico y aquí dice ciento veintiséis mil y pico. Pues no sé, tendrá que entender que yo dudo, que yo dudo.

Y usted habla de los datos de Semana Santa en CANTUR. Mire, debe de ser que ustedes con tanto interés en Internet, en las redes sociales y todo on line, pues se les ha olvidado actualizar la página web de CANTUR. Porque mire aquí vienen los datos, de Cabárceno, Soplá y Fuente Dé, reciben más de 25.500 turistas durante la Semana Santa; actualícelo, actualícelo, si usted no actualiza sus datos yo no tengo la culpa, la tendrá en todo caso usted o la gente responsable de actualizar los datos porque si dan primero unos, los mantiene a fecha de hoy y usted viene aquí y nos cuenta otros es su problema, no es el mío, no es el mío, yo no me invento los datos Sr. Consejero.

Mire los datos de viajeros y pernoctaciones han caído, es que eso es absolutamente indiscutible, indiscutible, mire aquí están, lo único que ha crecido son los viajeros extranjeros, en el 2012 respecto al 2011, por ser sincera y se lo voy a decir, exactamente han crecido 1 por ciento viajeros extranjeros, pero el total de viajeros han caído 34.000 y de pernoctaciones 187.422. Yo invito a todo el mundo a que entre en la página web del Instituto Nacional de Estadística y lo vea como lo he podido ver yo, porque claro como estos no son datos suyos, son datos oficiales, pues los puede ver todo el mundo y todo el mundo puede comprobar que usted sube aquí y cuenta una milonga increíble.

Y hombre yo empezaré a rectificar siempre que me equivoque intentaré rectificar, posiblemente en aquella ocasión igual para agosto igual me equivoqué. Pero fíjese, me encantaría que usted rectificara porque esto de que hemos perdido viajeros y hemos perdido pernoctaciones, usted lo tiene que rectificar y reconocer porque usted ha dicho que hemos subido dos puntos, el día que usted reconozca que está diciendo cosas que no se corresponden con la verdad ese día subiré aquí y se lo reconoceré a usted, porque hasta la fecha usted está mintiendo.

Mire comete el error y no le rectifica, de decir todo aquello del aeropuerto, pero si es que se lo ha dicho la gente, usted lo dice, mire, mire, que usted dice que no, será palabra de Consejero.

La Cámara de Comercio por ejemplo, la Cámara de Comercio que ahora ya no nos habla de coyuntura pero todavía tiene alguna cosa como indicador económico, la actividad turística en la región ha iniciado el año 2013 de manera negativa, con una caída muy superior al conjunto de país en viajeros y pernoctaciones, lo dice la Cámara de Comercio, y usted dice que no, pues será palabra de Consejero.

Mire, el turismo continuó, con un perfil de desaceleración en el cuarto trimestre del 12 que se manifestó en una intensa caída en los viajeros, en las pernoctaciones y en la estancia media.

Y esto lo dice nada menos que la revista de economía del gobierno de Cantabria, con la dirección técnica de Banco de Santander, que el Consejero índice que no, pues será, palabra de Consejero.

Mire la Asociación de Hostelería de Cantabria, pues tiene colgado en su página web entre las noticias la hostelería sigue en números rojos, ha habido un fuerte descenso tanto en la facturación de restauración como en la facturación de



alojamiento, lo dice la Asociación de Hostelería, usted dice que no, pues será, le tend4remos que creer porque es palabra de Consejero.

¿Pero qué es lo que ocurre Sr. Consejero?, es que igual resulta que todas estas instituciones, asociaciones, y organismos, tienen razón, y el que no tiene razón es usted, y quedaría muy feo que la palabra de un Consejero, no se pudiera creer.

Mire yo se lo vuelvo a decir, siempre subimos aquí con la intención de demostrar con datos...

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Sra. Diputada.

LA SRA. BARTOLOMÉ ARCINIEGA: Sí finalizo, demostrar con datos que usted tiene que rectificar su política, lo decimos por el bien del sector y por el bien de la comunidad y usted se empeña en no reconocerlo, se empeña en no reconocerlo.

Y los que pagan todo esto somos los cántabros, usted tiene una responsabilidad y tienen que cumplirla, ni más ni menos.

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Muchas gracias Sra. Diputada.

Dúplica del Gobierno, tiene la palabra el Consejero de Innovación, Industria, Turismo y Comercio, por un tiempo de cinco minutos.

EL SR. CONSEJERO (Arasti Barca): Muchas gracias Sra. Diputada.

Algo hemos logrado, ya ha reconocido que en el mes de agosto usted se equivocó, y me parece y eso la ennoblece y la honra, se equivocó, vamos por el buen camino en próximos plenos el Sr. Marcano también reconocerá que se ha equivocado en los datos de CANTUR porque además los datos de CANTUR nosotros los hicimos públicos, y son los que dijimos, son los que dijimos, no los tenemos que rectificar.

Mire nunca nos hemos planteado más viajeros, porque es una cuestión tan evidente ¿por qué? Pues porque la gente ganamos menos dinero que los años anteriores. El Producto Interior Bruto ha bajado, los sueldos han bajado, lo que ha subido son los 50.000 personas que ustedes han creado por debajo del umbral de la pobreza.

Por lo tanto, sí que es verdad, señora diputada, que hemos heredado una Cantabria más pobre de la que ustedes recibieron.

Mire usted, los datos de turismo de 2012, evidentemente que nunca nos planteamos mejorarlos en cuanto a número de visitantes. Hemos recibido una cantidad importante, un millón y medio de viajeros, el 18 por ciento, por cierto, extranjeros. Eso sí que lo hemos mejorado en dos puntos. Pero lo que sí que nos hemos planteado desde el primer momento es compararnos con nuestros vecinos.

En 2012 hemos obtenido 2 puntos, hemos estado 2 puntos por encima de Galicia, 5 por encima de Asturias y 4 puntos por encima de Castilla y León. Eso es lo que nos hemos planteado y eso es lo que hemos conseguido.

Mire, cuando tomamos posesión nos encontramos con un informe, el informe Monitor, realizado por Exceltur, asociación sin ánimo de lucro, englobada por los más relevantes grupos empresariales, turísticos españoles. Por lo tanto, es un diagnóstico objetivo y un diagnóstico del propio sector, que fue presentado en julio de 2011 en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo y que situaba a Cantabria en el puesto decimoquinto de las 17 Comunidades Autónomas.

Por lo tanto, ésa es la realidad que nos encontramos. Cantabria en cuestión de turismo estaba a la cola y por lo tanto, había que hacer algo para cambiar.

Usted ha citado unas cifras de Producto Interior Bruto, de número de empleos, esas cifras las conoce porque nosotros, este Gobierno hemos decidido medir para conocer. Hemos impulsado un estudio llamado Impactur 2011, realizado por Exceltur, siguiendo la metodología de la Organización Mundial de Turismo. Nunca antes se habían medido estas cuestiones. Si usted las conoce es porque las hemos publicado hace bien poco.

Y este estudio es importante, porque evidentemente ayuda a corregir aquello que no funciona. Ustedes no medían y por lo tanto no sabían ni que estaban situados en la posición decimoquinta de 17 Comunidades Autónomas.

Y en cuanto al plan de marketing es la primera vez que se hace en esta Comunidad.

Mire, no se trata de gastar más en promoción, sino de hacer una mejor promoción y a un menor coste.



Le voy a poner dos ejemplos de los muchos que podría poner.

Todos hemos visto a lo largo de los años, cuando ustedes gobernaban una goleta dando vueltas a la bahía, que costaba 340.000 euros e ingresaba el 10 por ciento. Por lo tanto, esa goleta llamada Cantabria Infinita, nos venía a costar todos los años 300.000 euros.

Acabamos de firmar hace unas semanas, un contrato de patrocinio con la productora de la serie Gran Hotel, esta vez para la tercera temporada, con un coste de 150.000 euros. Es decir, la mitad.

Con la goleta Cantabria Infinita se lograban, 4.000 personas, más o menos, unos cuantos miles de personas se dieran vueltas por la bahía, haciendo además la competencia a una empresa privada, una competencia, por cierto desleal. Unos cuantos miles de personas, no sabría cuantificarlas, pero no pasarían de ahí.

Con la serie Gran Hotel y con la mitad de presupuesto llegamos a millones de personas, de España, de Europa y ahora también de Estados Unidos. Es decir, con menos dinero no es que se pueda hacer más, es que se puede hacer, Sra. Diputada, infinitamente mucho más.

Lo mismo que con siete altos cargos menos en CANTUR, además de ahorrar medio millón de euros, hemos mejorado sensiblemente los resultados de esta empresa pública, nada más y nada menos que en un 33 por ciento.

Su estrategia promocional, Sra. Diputada, es la de almacenar miles de artículos caducados de publicidad en almacenes. Cuando tomamos posesión, la empresa Puzzle Producciones, nos entregó 23 palés, que se suma a los miles de artículos caducados que estaban cogiendo polvo en los anaqueles de un almacén del Gobierno Regional; folletos, sí, muy grandes, folletos, camisetas, sudaderas...

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Sr. Consejero...

EL SR. CONSEJERO (Arasti Barca): Ya termino, Presidente.

Chalecos, cazadoras, ponchos, corbatas...y un largo etcétera de motivos de productos caducados con motivos inservibles.

Yo no sé a quién beneficiaba esa estrategia promocional, yo creo que al turismo de Cantabria no y a los ciudadanos de Cantabria tampoco. Yo creo que ya es momento de que ustedes nos lo digan.

Muchas gracias.

EL SR. PRESIDENTE (Cagigas Rodríguez): Muchas gracias, Sr. Consejero.