

**INFORME 2/07, SOBRE LA “VALORACIÓN DE LA POSIBILIDAD DE
INCENTIVAR LA AFLUENCIA DE VISITANTES A CEUTA A TRAVÉS
DE CUPONES CANJEABLES POR BILLETES DE BARCO
INSERTADOS EN PERIÓDICOS DE LA PENÍNSULA”**

Conforme a las funciones atribuidas al Consejo Económico y Social de la Ciudad Autónoma de Ceuta en su Reglamento, aprobado por el Pleno de la Asamblea de la Ciudad Autónoma de Ceuta el 17 de abril de 1996 (B.O.C.CE. núm. 6, de 23 de abril), la Comisión Permanente en sesión ordinaria celebrada en el día de hoy, por el procedimiento de urgencia previsto en el artículo 49 del Reglamento, ha aprobado por unanimidad de sus miembros el presente informe:

I.- ANTECEDENTES

El pasado día 24 de enero de 2007 se acordó en la Comisión Permanente trasladar al Gobierno de la Ciudad, la propuesta de valorar la posibilidad de incentivar la afluencia de visitantes a Ceuta, a través de una campaña de cupones canjeables por billetes de barco insertados en periódicos de la península.

La solicitud, por acuerdo de la Comisión Permanente adoptado en su reunión del día 24 de enero de 2007, fue trasladada a la Comisión de Trabajo de Economía y Fiscalidad que, en la sesión celebrada el día 31 de enero de 2007, elabora la propuesta de informe que a continuación se desarrolla.

La base documental de la que se dispone es la siguiente:

- Legislación europea.
- Campañas promocionales de los periódicos locales “El Faro de Ceuta” y “El Pueblo de Ceuta”.
- Memorias Socioeconómicas y laborales del CES.

La Comisión de Trabajo de Economía y Fiscalidad aprobó el presente informe en la sesión celebrada el día 31 de enero de 2007.

II.- CONSIDERACIONES

Actualmente existe en la Ciudad Autónoma de Ceuta un sistema de cupones canjeables por billetes en los periódicos el Faro de Ceuta y el Pueblo de Ceuta:

- El Faro de Ceuta, mediante acuerdo con la compañía Buquebús, oferta en cada periódico un cupón pagaré válido para canje de un billete ida y vuelta para pasajero o para pasajero+coche (en este último supuesto más 25 euros), siempre que el beneficiario sea residente en Ceuta.
- El Pueblo de Ceuta, mediante acuerdo con la compañía Balearia, oferta en cada periódico un cupón pagaré válido para canje de un billete ida y vuelta para pasajero (en este supuesto más 4 euros) o un cupón válido para canje de un billete ida y vuelta para pasajero+coche (en este supuesto más 30 euros), siempre que el beneficiario sea residente en Ceuta.

La puesta en marcha por parte del Gobierno de la Ciudad de una campaña similar en periódicos de la península, con el objetivo de aumentar la afluencia de viajeros hacia Ceuta, parece una medida muy interesante puesto que:

1. Sería una campaña publicitaria directa y sencilla.
2. Redundaría en un mayor número de turistas.
3. Supondría una mejora para la hostelería y el comercio local.
4. Puede provocar valores añadidos.

Pero a su vez se deben tener en cuenta varias premisas:

1. Si la promoción la realiza la Ciudad Autónoma de Ceuta con dinero público, deben poder beneficiarse todas las compañías navieras que prestan el servicio. En este sentido, existen precedentes, como por ejemplo la compra de bonos de viaje por parte de la Diputación Foral de Vizcaya a la compañía Ferries Golfo de Vizcaya con el objeto de impulsar un enlace marítimo con el Reino Unido. Esta decisión fue impugnada ante la Comisión Europea y ganada por la compañía no beneficiaria de esa medida Bretagne Anglaterrre Irlande Ferries, dado que se había concedido una ventaja a una empresa determinada y se distorsionaba la

competencia, es decir, la intervención de los poderes públicos constituía ayuda de estado en el sentido del artículo 87 TCE.

2. La promoción de viajes en barco a través de cupones canjeables puede ser considerada una ayuda de estado al transporte que está sujeta a una serie de restricciones.
3. Al coste de los cupones=billetes hay que añadir la campaña publicitaria (tanto en los propios periódicos como en otros medios).
4. Las condiciones que establece la CE para calificar una compra de billetes como una transacción comercial normal serían entre otras las siguientes:
 - a. La compra de billetes debe vincularse a las necesidades reales de la Administración que adquiere los billetes, es decir, unas condiciones objetivas que justifiquen dicha necesidad.
 - b. La empresa o empresas a las que se le compran los billetes debe ser elegida de forma transparente y no discriminatoria.
 - c. El precio de venta de los billetes a la Administración no puede ser superior a la tarifa comercial vigente.
 - d. La empresa o empresas beneficiarias deben tener viabilidad por sí solas.
 - e. No cabe obligarse a abonar los viajes incluso cuando no se lleven a cabo los mismos.

La Memoria 2006 sobre la situación socioeconómica y laboral de Ceuta, elaborada por este Consejo, recoge entre sus recomendaciones:

1. (APARTADO DE TURISMO) Diseño y ejecución de campañas publicitarias de ámbito nacional con dotación presupuestaria suficiente para lograr una adecuada difusión en aquellos medios que mejor puedan contribuir a sus objetivos.
2. (APARTADO DE DEMANDA INTERNA) Incremento del número de consumidores a través de la captación de nuevos demandantes y el freno de la fuga de aquellos que optan por otros mercados, mediante la mejora de la competitividad y productividad, la puesta en marcha de campañas promocionales, estrategias de fidelización, abaratamiento de los costes, mejora de las comunicaciones, aumento de la calidad del servicio, etc.

3. (APARTADO DEL SECTOR PÚBLICO) El sector público debe desplegar los esfuerzos necesarios para facilitar el desarrollo del sector privado, al objeto de reducir el desequilibrio que en el conjunto de la economía local produce el mayor peso que sobre ella representa el primero, creando el marco adecuado para potenciar el segundo.

III.- CONCLUSIONES

A la vista de lo expuesto, el CES considera que la posibilidad de incentivar la afluencia de visitantes a Ceuta mediante la implantación de una iniciativa similar a la que actualmente se lleva a cabo en nuestra ciudad por parte del sector privado, podría resultar beneficiosa para la reactivación de la economía local y ser acorde con los objetivos de promoción turística marcados por el Gobierno Autónomo y con las recomendaciones que al respecto viene efectuando este órgano consultivo, por lo que solicita se estudie la posibilidad de ponerla en marcha con la colaboración de los tour-operadores y demás profesionales del sector turístico.

Ceuta, a 07 de febrero de 2007

EL PRESIDENTE

LA SECRETARIA
GENERAL

Basilio Fernández López

María Dolores Pastilla Gómez