

ORDEN de 23 de junio de 1964 por la que se concede un crédito extraordinario al presupuesto de la Provincia de Sahara, por importe de 50.811.054,58 pesetas, para gastos del embarcadero de Aaiun.

Ilustrísimo señor:

En uso de las atribuciones concedidas en el artículo sexto del Decreto aprobatorio del presupuesto de la Provincia de Sahara.

Esta Presidencia del Gobierno ha tenido a bien autorizar la concesión a dicho presupuesto de un crédito extraordinario para la continuación de las obras del proyecto de embarcadero de Aaiun, por importe de 50.811.054,58 pesetas, con aplicación a su sección quinta, «Obras Públicas»; capítulo 700, «Inversiones productoras de ingresos»; artículo 710. «Construcciones e instalaciones y ampliación y reforma de las existentes»; concepto 104.711 «Obras e instalaciones en el embarcadero de Aaiun».

Este aumento de gasto se cubre totalmente con la subvención complementaria del Presupuesto General del Estado para cobertura del déficit del de la Provincia de Sahara, mediante transferencia del crédito para inversiones de la Presidencia del Gobierno, acordada en Consejo de Ministros de 14 de mayo último.

Lo digo a V. I. para su conocimiento y efectos.  
Dios guarde a V. I. muchos años.  
Madrid, 23 de junio de 1964.

CARRERO

Ilmo. Sr. Director general de Plazas y Provincias Africanas.

*Plan de Desarrollo Económico y Social para el periodo 1964-1967. (Continuación.)*

Como otros objetivos, los de formación profesional y de planeamiento de zonas turísticas se dotan con 100 millones y ocho millones de pesetas, respectivamente. El primero es del mayor interés para una mejora cualitativa en los servicios ofrecidos; el segundo es básico para la apertura de nuevas zonas y para un óptimo aprovechamiento de los recursos existentes.

En resumen, el total de inversiones turísticas precisas para el desarrollo del Plan alcanza la cifra de 51.108 millones de pesetas, con una inversión creciente que de 10.615,2 millones en 1964 llega a 15.334,1 en 1967:

### TOTAL INVERSIONES TURÍSTICAS

Periodo 1964 - 1967  
(Millones de pesetas)

	1964	1965	1966	1967	Total
Hostelería .....	6.220	6.980	7.780	9.020	30.000
Alojamientos extra-hoteleros .....	2.580	2.890	3.220	3.710	12.400
Industrias turísticas complementarias ....	830	930	1.040	1.200	4.000
Urbanización .....	680	760	840	970	3.250
Infraestructura .....	93	105	117	135	450
Propaganda .....	187	209	234	270	900
Formación profesional .....	23,2	8	26,5	27,1	100
Planeamiento de zonas turísticas .....	2	23,2	2	2	2
<b>TOTALES .....</b>	<b>10.615,2</b>	<b>11.899,2</b>	<b>13.259,5</b>	<b>15.334,1</b>	<b>51.108</b>

#### 4.2. Modos de financiación

Aun cuando el desarrollo del sector será llevado a cabo, fundamentalmente, por la iniciativa privada, existe una parte de financiación pública que va de 315,1 millones de pesetas en 1964 a 410 millones en 1967, con un total de 1.428,2 millones para todo el periodo.

Dentro de la financiación privada tendrá importancia creciente la aportación de capital extranjero, así como el crédito oficial para inversiones turísticas.

#### b. MEDIDAS DE ACTUACION SOBRE EL SECTOR

##### 5.1. Atracción de la demanda extranjera

La labor de captación se basa principalmente en un aumento de los esfuerzos de propaganda dirigidos a los mercados exteriores, cuya financiación requiere una amplia elasticidad para poder hacer frente con eficacia a circunstancias coyunturales. Por ello se considera imprescindible no sólo el mantenimiento del actual sistema de póliza de turismo, que grava los establecimientos hoteleros, sino también su extensión a los alojamientos complementarios, y en ciertos casos a las industrias turísticas más directamente beneficiadas.

La acción de propaganda exterior se realizará básicamente

por la Administración Central, sin perjuicio de la que puedan desarrollar en tal sentido particulares u organismos públicos y privados de carácter local o regional. La supervisión de dicha propaganda específica o complementaria permitirá mantener una más alta eficacia global en los mercados extranjeros.

Se promoverá el turismo de fuera de estación mediante una acción de propaganda en tal sentido y concediendo las máximas facilidades para la celebración de reuniones internacionales.

Se tenderá, siempre que ello sea posible, a una coordinación de la propaganda exterior en los aspectos comercial y turístico, lo que aumentará la eficacia propia de cada una.

El desarrollo de la propaganda exterior se apoyará en la extensión de la red de oficinas de turismo en el extranjero, dotándolas, además, de los medios necesarios para una mayor efectividad de su labor y para su utilización como principales canales de distribución del material de propaganda de todo tipo.

La realización de estudios de mercados permitirá una óptima programación de la propaganda, para lo cual serán utilizadas las técnicas más idóneas en cada caso, otorgándose la debida importancia a las derivadas de las relaciones públicas.