

Disposición final segunda.

Se autoriza al Consejo de Gobierno de Castilla-La Mancha para dictar cuantas disposiciones reglamentarias sean necesarias en orden a la adecuada aplicación de esta Ley.

Disposición final tercera.

La presente Ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha.

Toledo, 29 de diciembre de 2005.

JOSÉ MARÍA BARREDA FONTES,
Presidente

(Publicada en el «Diario Oficial de Castilla-La Mancha» número 264, de 31 de diciembre de 2005; incluye corrección de errores publicada en «Diario Oficial de Castilla-La Mancha» número 19, de 26 de febrero de 2006)

3159 LEY 15/2005, de 29 de diciembre, de creación del Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha.

Las Cortes de Castilla-La Mancha han aprobado y yo, en nombre del Rey, promulgo la siguiente Ley

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I

Uno de los objetivos básicos de la acción pública de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, según el artículo 4 del Estatuto de Autonomía, aprobado por Ley Orgánica 9/1982, de 10 de agosto, ha de ser el aprovechamiento y la potenciación de los recursos económicos de Castilla-La Mancha y, en especial de su agricultura, ganadería, minería, industria y turismo, atribuyendo a la misma en su artículo 31.1.18.^a la competencia exclusiva en materia de promoción y ordenación turística. Por su parte el artículo 53.2 del texto estatutario faculta a la Junta de Comunidades para constituir empresas públicas como medio de ejecución de las funciones que sean de su competencia, concretando las competencias de autoorganización atribuidas por el artículo 31.1.1.^a

Para desarrollar una política empresarial moderna y con criterios innovadores, es aconsejable separar la actividad de promoción de las restantes actividades que desarrolla la Administración regional, en aras de una mejor planificación y desarrollo descentralizado de las estrategias de promoción del turismo regional, ante el dinamismo que requiere una actividad como la promoción turística.

Es objeto, por tanto, de la presente Ley, la creación del Instituto de Promoción Turística y regular los aspectos básicos de su régimen de funcionamiento, para propiciar desde el máximo rigor, una más eficaz gestión de la actividad de fomento de los recursos turísticos de Castilla-La Mancha, procurando un adecuado control y coordinación de la gestión y optimizando los recursos disponibles, en la línea ya marcada por otras Comunidades Autónomas.

Artículo 1. Objeto de la Ley.

Se crea el Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha como instrumento al servicio de la promoción de los recursos turísticos de la Región, quedando adscrito a la Consejería competente en materia de turismo.

Artículo 2. Forma jurídica.

El Instituto de Promoción Turística adopta la forma jurídica de sociedad anónima mercantil, por lo que sus actividades se regirán por el Ordenamiento Jurídico pri-

vado, salvo en las materias que le sea de aplicación la normativa presupuestaria, contable, patrimonial, de control financiero y contratación.

Artículo 3. Relaciones entre la Administración de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y el Instituto de Promoción Turística.

Las relaciones entre la Administración de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y el Instituto de Promoción Turística se regularán a través de los correspondientes encargos aprobados por el Consejo de Gobierno, a propuesta de la Consejería competente en materia de turismo, así como por las instrucciones de carácter general que establezca esta última.

Artículo 4. Funciones.

1. El Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha tiene como funciones:

- a) El desarrollo de las actividades relacionadas con la promoción y fomento de los distintos productos y servicios turísticos de Castilla-La Mancha y la potenciación de su oferta turística.
- b) El diseño y ejecución de campañas de promoción y comercialización del turismo regional.
- c) La edición de folletos, libros y material audiovisual.
- d) La participación en ferias y eventos relacionados con el turismo.
- e) La configuración de sistemas de información adecuados a las nuevas necesidades del sector turístico, incluidos los instrumentos de difusión.
- f) La aplicación de las nuevas tecnologías a la comercialización turística.
- g) La programación y promoción de productos turísticos innovadores.
- h) La información turística regional de carácter institucional.
- i) Fomentar la formación profesional del sector, en relación a la promoción y la comercialización turística a través de cursos, seminarios, jornadas y concediendo becas y similares o realizando cualquier tipo de actividades dirigidas a este fin.
- j) Apoyar la realización de actuaciones conjuntas de cooperación, instrumentando las relaciones con otros entes, tanto públicos como privados.
- k) Cualquier otra actividad relacionada con la promoción turística regional que se considere necesaria para el cumplimiento de sus fines.

2. No obstante lo dispuesto en el apartado anterior, el Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha en ningún caso podrá disponer por sí mismo de facultades que impliquen el ejercicio de autoridad pública.

Artículo 5. Medios y recursos.

1. El Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha, estando facultado para realizar cualquier actividad para la consecución de su objeto, podrá en particular firmar convenios y acuerdos con Administraciones Públicas y particulares, así como obtener y gestionar la financiación precisa.

2. Los recursos del Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha estarán constituidos por:

- a) Los de su propio capital social.
- b) Las transferencias recibidas de los presupuestos de las Administraciones Públicas autonómica, estatal, europea y local, así como de las empresas públicas.
- c) Los créditos y demás operaciones financieras que pueda concertar con entidades de crédito y ahorro.

d) Los productos, rentas e incrementos de su patrimonio.

e) Los ingresos ordinarios y extraordinarios obtenidos en el ejercicio de su actividad.

f) Las aportaciones de cualquier tipo o subvenciones, reintegrables o no, y las donaciones realizadas a su favor.

g) Las compensaciones o tarifas que se establezcan en las actuaciones que realice por encargo de la Administración regional.

h) Cualquier otro recurso no previsto en los apartados anteriores que pueda serle atribuido por disposición legal o acto jurídico.

Artículo 6. *Capital Social.*

1. El capital social inicial del Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha se fija en cuatrocientos ochenta mil euros, que será totalmente desembolsado por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha al tiempo del otorgamiento de la escritura pública de constitución.

2. La participación de la Junta de Comunidades en el capital social no podrá ser inferior, en ningún momento, al cincuenta y uno por ciento, pudiendo participar, en su caso, en el capital restante, otros organismos, Administraciones o empresas de Castilla-La Mancha con intereses en materia de promoción turística.

3. La transmisión de acciones, así como el aumento o disminución de capital, deberán ser autorizados por el Consejo de Gobierno, previo informe de la Consejería competente en materia de turismo, con independencia, en el primer caso, del porcentaje de disminución que la transmisión suponga en la participación de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, no siendo de aplicación el régimen establecido en el artículo 55 de la ley 6/1985, de 13 de noviembre, de Patrimonio de Castilla-La Mancha.

Artículo 7. *Patrimonio.*

1. El patrimonio del Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha estará integrado por los bienes y derechos que se le adscriban y por aquellos otros que en lo sucesivo adquiera o se le atribuyan por cualquier persona y en virtud de cualquier título.

2. Las operaciones de cambio de denominación o de reordenación del sector público de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha que afecten al Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha no estarán sujetas al régimen establecido en el artículo 55 de la Ley 6/1985, de 13 de noviembre, de Patrimonio de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha y, a efectos de derechos frente a terceros, tendrán la mera consideración de cambio de competencias entre órganos dentro del sector público de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y no podrán ser entendidas como causa de modificación o de resolución de las relaciones jurídicas que mantengan tales sociedades.

Artículo 8. *Personal directivo y régimen laboral.*

1. El personal del Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha se regirá por normas de Derecho Laboral o Privado y en su forma de provisión se respetarán los principios de publicidad, mérito, capacidad e igualdad.

2. El Gerente del Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha podrá ser nombrado y separado del servicio a instancia del Consejo de Administración del mismo.

3. El personal directivo estará obligado a formular la declaración de actividades, bienes y rentas establecida en

el artículo 20 de la Ley 11/2003, de 25 de septiembre, del Gobierno y del Consejo Consultivo.

4. El personal directivo del Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha ejercerá su actividad con dedicación exclusiva.

5. Los funcionarios que pasen a prestar sus servicios en puestos directivos quedarán en la situación administrativa de servicios especiales.

Artículo 9. *Avales y créditos.*

La Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha podrá prestar avales para las operaciones de crédito interior y exterior que se concierten con el Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha y dentro de los límites que dispongan los Presupuestos Generales de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, previa autorización del Consejo de Gobierno.

Artículo 10. *Control financiero.*

El control de carácter financiero del Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha se efectuará de acuerdo con lo establecido en el Capítulo III del Título IV del Texto Refundido de la Ley de Hacienda de Castilla-La Mancha, aprobado por Decreto Legislativo 1/2002, de 19 de noviembre y con sujeción a la Ley 5/1993, de 27 de diciembre, de la Sindicatura de Cuentas de Castilla-La Mancha.

Disposición final primera.

El Consejo de Gobierno ordenará la constitución del Instituto de Promoción Turística de Castilla-La Mancha, S.A. y aprobará sus estatutos en el plazo de dos meses desde el día siguiente al de la publicación de esta Ley.

Disposición final segunda.

La presente Ley entrará en vigor el día de su publicación en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha.

Toledo, 29 de diciembre de 2005.

JOSÉ MARÍA BARREDA FONTES,

Presidente

(Publicada en el «Diario Oficial de Castilla-La Mancha» número 264, de 31 de diciembre de 2005)

3160 *LEY 16/2005, de 29 de diciembre, del Impuesto sobre determinadas actividades que inciden en el medio ambiente y del tipo autonómico del Impuesto sobre las Ventas Minoristas de determinados Hidrocarburos.*

Las Cortes de Castilla-La Mancha han aprobado y yo, en nombre del Rey, promulgo la siguiente Ley

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Las políticas de protección del medio ambiente se suelen llevar a cabo, bien mediante medidas específicas en las que se establecen límites y ayudas para reducir su deterioro, bien mediante disposiciones de contenido económico que afectan a los costes de realización de las actividades contaminantes.

Entre estas últimas se encuentran las normas de naturaleza tributaria con las que se pretende, por una parte,