

**ORDEN DEL CONSEJERO DE TURISMO, CULTURA Y DEPORTES, POR LA QUE SE OTORGA A LA EMPRESA PÚBLICA PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A., UNA APORTACIÓN DINERARIA POR IMPORTE DE SETECIENTOS MIL EUROS (700.000,00 €) PARA EL PLAN ESPECIAL DE PROMOCION Y MARKETING EL HIERRO.**

Visto el informe propuesta que con fecha 10 de mayo de 2019 ha sido emitido por la Directora General de Ordenación y Promoción Turística de la Viceconsejería de Turismo, y teniendo en cuenta los siguientes

**ANTECEDENTES DE HECHO**

**Primero.-** En la Ley 7/2018, de 28 de diciembre de 2018, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de Canarias para 2019, figura en el Anexo de Transferencias Corrientes, en la Sección 16 “Turismo, Cultura y Deportes”, Servicio 1604, “Dirección General de Ordenación y Promoción Turística”, Programa 432 G “Promoción y Apoyo a la Comercialización”, el Proyecto 164G0468 A PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A., PARA EL PLAN ESPECIAL PROMOCIÓN Y MARKETING EL HIERRO, en el capítulo 4 por importe de 700.000,00 euros.

**Segundo.-** Que por acuerdo de Gobierno en sesión celebrada el día 6 de mayo de 2019 se autoriza la transferencia de crédito n.º 264/2019, de la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes, para incrementar el crédito de la aplicación presupuestaria 16.04.432G 74301 P.I. 187G0094 “A PROMOTUR PLAN ESPECIAL PROMOCIÓN Y MARKETING EL HIERRO” por importe de 700.000,00 euros.

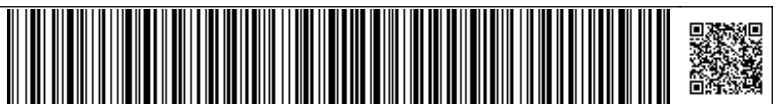
**Segundo.-** En los Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma para el ejercicio 2019, de conformidad con el artículo 1.6 de la Ley 7/2018, de 28 de diciembre de 2018, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de Canarias para 2019, se integra el presupuesto de la sociedad mercantil pública Promotur Turismo Canarias, S.A.

**Tercero.-** Los gastos que financiará esta transferencia serán los gastos para cumplir con el objetivo propuesto de acuerdo con la memoria descriptiva suscrita por la Directora Gerente de Promotur Turismo Canarias S.A., emitida con fecha 28 de marzo de 2019.

Y de conformidad con los siguientes

**FUNDAMENTOS DE DERECHO**

**Primero.-** De conformidad con el artículo 2.2. de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones “no están comprendidas en el ámbito de aplicación de esta ley las aportaciones dinerarias entre diferentes Administraciones públicas para financiar globalmente la actividad de la Administración





*a la que vaya destinada, y las que se realicen entre distintos agentes de una Administración cuyos presupuestos se integran en los Presupuestos Generales de la Administración a la que pertenezca, tanto si se destina a financiar globalmente su actividad como a la realización de actuaciones concretas a desarrollar en el marco de las funciones que tenga atribuidas siempre que no resulten de una convocatoria pública”.*

**Segundo.-** En atención a lo expuesto en la Disposición Adicional Sexta de la citada Ley 7/2018, de 28 de diciembre, los libramientos de fondos en concepto de aportaciones dinerarias de la comunidad autónoma se realizarán en la forma y condiciones que se establezcan en su resolución de concesión, que contendrá como mínimo una descripción de la actuación a realizar, su cuantía, el plazo de aplicación de los fondos y el plazo de justificación de los mismos, la aplicación presupuestaria a la que se imputa el gasto, la previsión de que el incumplimiento de algunas de las condiciones establecidas dará lugar al reintegro, conforme al procedimiento previsto para las subvenciones, y el sometimiento al control financiero de la Intervención General.

**Tercero.-** De conformidad con lo dispuesto en el artículo 132 e) de la Ley 11/2006, de 11 de diciembre, de la Hacienda Pública, en su redacción dada por la Ley 6/2008, de 23 de diciembre, de medidas tributarias incentivadoras de la actividad económica, la presente aportación dineraria no está sometida a fiscalización previa, al ser la misma de carácter nominada.

**Cuarto.-** Consta la existencia de crédito adecuado y suficiente en la partida presupuestaria 16.04.432G.74301 PI/LA: 187G0094 “A PROMOTUR PLAN ESPECIAL PROMOCIÓN Y MARKETING EL HIERRO”, por importe de 700.000,00 euros.

**Quinto.-** En orden a lo establecido en el artículo 69.1 de la Ley 11/2006, de 11 de diciembre, de la Hacienda Pública Canaria, artículo 29 de la Ley 14/1990, de 26 de julio, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas de Canarias y artículo 4.2.c) del Reglamento Orgánico del Departamento aprobado por Decreto 24/2016, de 4 de abril, el Consejero de Turismo, Cultura y Deportes es competente para otorgar la aportación dineraria a Promotur Turismo Canarias, S.A.

## DISPONGO

**Primero.-** Otorgar a la sociedad mercantil pública Promotur Turismo Canarias, S.A. una aportación dineraria por **importe de setecientos mil euros (700.000,00 €), para la financiación del Plan especial de promoción y marketing de la isla de El Hierro**, de acuerdo con la previsión de gastos efectuada por la Directora Gerente de la citada empresa pública con fecha 28 de marzo de 2019, con cargo a la partida presupuestaria 16.04.432G.74301 PI/LA 187G0094 , cuya descripción se detalla a continuación:

El objetivo de este Plan es doble, por un lado se pretende aumentar la cifra de turistas y, por otro, se trata de sentar las bases para, a partir de las singularidades de esta isla, convertirla en un destino turístico diferenciado y renombrado en Europa. Una diferenciación que conllevará no solo un incremento en el número de visitantes sino un mayor desarrollo de todo el sector turístico de la Isla, y por tanto, de la economía insular.

Para ello, el Plan atiende a dos vertientes de la actividad turística. Por un lado, la dinamización de la oferta local. Una dinamización que promueva su adaptación progresiva a las motivaciones e intereses del





turista del siglo XXI desde una perspectiva innovadora. Y, más en concreto, a las motivaciones e intereses de aquellos turistas que conforman los nichos de mercado con mayor potencial para la isla.

Por otro lado, el Plan incluye promoción, como herramienta fundamental para captar nuevos turistas entre esos nichos de mercado. En un mercado tan competitivo como el turístico, con innumerables destinos competidores, es imprescindible comunicar con creatividad una gran historia que inspire a esos turistas a los que nos dirigimos y desencadene en ellos el firme deseo de visitar la isla y, por supuesto, repetir.

Desde el punto de vista turístico El Hierro necesita un tratamiento diferenciado. Es cierto que comparte muchos y relevantes valores con el resto del archipiélago, pero también lo es que sus muchas singularidades exigen un enfoque diferente, al margen de los códigos tradicionales. Un tratamiento propio, construido desde aquí para el mundo, que aproveche su carácter canario y que a la vez establezca claramente sus diferencias. Que ponga en valor todas sus potencialidades naturales, deportivas, identitarias y geográficas.

Este tratamiento diferenciado debe compensar algunas de las características que han afectado hasta hoy al desarrollo turístico de una isla condicionada por sus carencias en conectividad aérea con Europa e incluso con el resto del archipiélago, que se refleja en un alto coste para el viajero de tipo económico, pero también en tiempo y comodidad. El turismo en El Hierro también está condicionado por su limitada oferta alojativa, lo que la aleja del interés de los operadores de la modalidad del turismo de masas, así como por la carencia de algunos atributos propios del tradicional turismo de sol y playa.

Sin embargo, algunos de estos condicionantes constituyen a su vez una gran oportunidad para desarrollar un modelo turístico diferente, propio. Sostenible y rentable en términos económicos y sumamente atractivo para un gran número de potenciales visitantes que no se sienten turistas, sino viajeros en busca de destinos que trascienden el concepto de vacaciones. Un tipo de turista que, en su mayoría, desconocen hoy lo que El Hierro puede ofrecerles y que es sensible a nuevos códigos. Descubrir esos códigos y comunicarlos y comercializarlos con eficacia permitirá a El Hierro convertirse en ese destino turístico diferente y especial capaz de atraer a visitantes de toda Europa, interesados en descubrir y disfrutar de un lugar absolutamente extraordinario.

En 2019 según se desprende del Plan de Marketing de la marca el hierro, se realizarán las siguientes acciones para cumplir con el objetivo propuesto

#### **Plataforma de comunicación dirigida a los aficionados al parapente**

Esta actuación tiene por objetivo promover la isla de El Hierro como destino preferente entre los aficionados al parapente cuya motivación principal de viaje es el disfrute de sus vacaciones en un entorno atractivo practicando su actividad preferida, lo que le proporciona un alto nivel de satisfacción personal.

#### **Plataforma de comunicación dirigida a los practicantes de senderismo**

Esta actuación tiene por objetivo promover la isla de El Hierro como destino preferente entre los practicantes del senderismo cuya motivación principal de viaje es el disfrute de sus vacaciones en un entorno atractivo practicando su actividad preferida, lo que le proporciona un alto nivel de satisfacción personal.





### **Plataforma de comunicación dirigida a los practicantes del buceo**

Esta actuación tiene por objetivo promover la isla de El Hierro como destino preferente entre los practicantes del buceo cuya motivación principal de viaje es el disfrute de sus vacaciones en un entorno atractivo practicando su actividad preferida, lo que le proporciona un alto nivel de satisfacción personal.

### **Plataforma de comunicación dirigida a los residentes canarios**

Tal y como recoge el nuevo modelo de comunicación marketing y comunicación turístico para la isla de El Hierro, los residentes en las Islas Canarias distintas de la propia isla herreña constituyen un segmento objetivo de clientes de gran interés para la isla.

### **Plataforma de comunicación genérica dirigida a potenciales turistas no comprendidos específicamente en las plataformas anteriores**

Se realizará el posicionamiento (SEO y SEM) y nuevos contenidos para la web de El Hierro y los perfiles en Redes Sociales (Facebook e Instagram).

El importe de esta transferencia se podrá completar con otras actuaciones promocionales del ejercicio, siempre que no superen el importe máximo de la transferencia.

La Previsión de gastos será:

<b>CAMPAÑA PARAPENTE</b>	<b>30.000,00</b>
MEDIOS PAGADOS (FERIAS, MEDIOS ON-LINE Y OFF-LINE, PATROCINIOS)	18.000,00
CONTENIDOS Y MEDIOS PROPIOS (PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA/AUDIOVISUAL Y SITES)	12.000,00

<b>CAMPAÑA SENDERISMO</b>	<b>50.000,00</b>
MEDIOS PAGADOS (FERIAS, MEDIOS ON-LINE Y OFF-LINE, PATROCINIOS)	30.000,00
CONTENIDOS Y MEDIOS PROPIOS (PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA/AUDIOVISUAL Y SITES)	20.000,00

<b>CAMPAÑA BUCEO</b>	<b>50.000,00</b>
MEDIOS PAGADOS (FERIAS, MEDIOS ON-LINE Y OFF-LINE, PATROCINIOS)	30.000,00
CONTENIDOS Y MEDIOS PROPIOS (PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA/AUDIOVISUAL Y SITES)	20.000,00





<b>CAMPAÑA MERCADO CANARIO</b>	<b>250.000,00</b>
MEDIOS PAGADOS (FERIAS, MEDIOS ON-LINE Y OFF-LINE, PATROCINIOS)	150.000,00
CONTENIDOS Y MEDIOS PROPIOS (PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA/AUDIOVISUAL Y SITES)	100.000,00

<b>CAMPAÑA GENÉRICA</b>	<b>320.000,00</b>
MEDIOS PAGADO (FERIAS, MEDIOS ON-LINE Y OFF-LINE, PATROCINIOS)	192.000,00
CONTENIDOS Y MEDIOS PROPIOS (PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA/AUDIOVISUAL Y SITES)	128.000,00

**TOTAL 700.000,00 euros**

**Segundo.-** El abono de la aportación dineraria se formalizará en dos abonos: el primero a la firma de esta Orden por anticipado por importe de 140.000,00 euros y el segundo, previa justificación del abono anterior, por importe de 560.000,00 euros, en cualquier caso no se podrá aplicar mas allá de la finalización del presente ejercicio.

**Tercero.-** El Beneficiario **justificará con certificación del órgano competente** de Promotur Turismo Canarias S.A., haber realizado los gastos en la actividad objeto de esta Orden, debiendo haber presentado la certificación con anterioridad al 31 de diciembre de 2019.

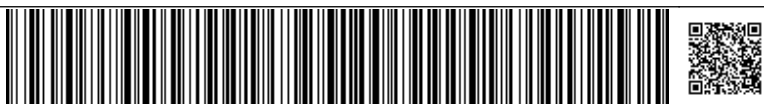
**Cuarto.-** El plazo de ejecución de la actividad es desde el 1 de enero a 31 de diciembre de 2019.

**Quinto.-** El incumplimiento de algunas de las obligaciones o condiciones contenidas en la presente Orden dará lugar al reintegro conforme al procedimiento previsto en la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, y en el Decreto 36/2009, de 31 de marzo, por el que se establece el régimen general de subvenciones de la Comunidad Autónoma de Canarias.

**Sexto.-** Promotur Turismo Canarias, S.A., estará sujeta al control financiero de la Intervención General, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 11/2006, de 11 de diciembre, de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias y en el Decreto 76/2015, de 7 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Organización y Funcionamiento de la Intervención General de la Comunidad Autónoma de Canarias, y en la Disposición Adicional Sexta de la Ley de Presupuestos 7//2017, de 27 de diciembre.

**Séptimo.-** Notificar la presente Orden a la entidad interesada de conformidad con lo previsto en el artículo 40 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Contra la presente Orden, que pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse el recurso de reposición ante este mismo Órgano, en el plazo de un mes contado a partir del día siguiente al de su notificación o, directamente, recurso contencioso-administrativo ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Canarias, en el plazo de dos meses contados a partir del día siguiente al de su notificación. Significando que, en el caso de interponerse recurso potestativo de reposición, no se





podrá acudir a la vía contencioso-administrativa hasta que aquél sea resuelto expresamente, o desestimado por silencio administrativo en el plazo de un mes desde que hubiera sido interpuesto el citado recurso. Todo ello sin perjuicio de cualquier otro recurso que se estime oportuno interponer.

**El Consejero de Turismo, Cultura y Deportes  
Isaac Castellano San Ginés**

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:	
ISAAC CASTELLANO SAN GINES - CONSEJERO DE TURISMO, CULTURA Y DEPORTES	Fecha: 17/05/2019 - 13:49:02
Este documento ha sido registrado electrónicamente:	
ORDEN - Nº: 269 / 2019 - Libro: 537 - Fecha: 20/05/2019 08:32:09	Fecha: 20/05/2019 - 08:32:09
En la dirección <a href="https://sede.gobcan.es/sede/verifica_doc">https://sede.gobcan.es/sede/verifica_doc</a> puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente: 0iuGDqpHYFZ56aCMr1TxDMS5t6aBJKCl0	 
El presente documento ha sido descargado el 20/05/2019 - 08:32:30	