



ORDEN DE LA CONSEJERA DE TURISMO, INDUSTRIA Y COMERCIO POR LA QUE SE OTORGA UNA APORTACIÓN DINERARIA A LA EMPRESA PÚBLICA PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A. PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD PROMOCIONAL POR IMPORTE DE OCHO MILLONES CUATROCIENTOS SIETE MIL TRESCIENTOS SESENTA Y UN EUROS (8.407.361,00 EUROS) Y TRAMITACIÓN ANTICIPADA.

Visto el Informe Propuesta que con fecha 25 de noviembre de 2020 ha sido emitido por El Director General de Ordenación y Promoción Turística de la Viceconsejería de Turismo y teniendo en cuenta los siguientes:

ANTECEDENTES DE HECHO

Primero.- Que de acuerdo al artículo 1 del Decreto 165/2001, de 30 de julio, por el que se regula la tramitación anticipada de expedientes de gastos (BOC 104, de 10.8.2001), las transferencias pueden acogerse al procedimiento de tramitación anticipada.

Segundo.- Consta en el expediente administrativo, certificado número 125/2019, de fecha 20 de noviembre de 2019, del Servicio de la Oficina Presupuestaria de la Secretaría General Técnica de este departamento, acreditativo de la dotación nominada existente que alcanza un total de 8.407.361 euros en la Sección 16 Turismo, Industria y Comercio, Servicio 04 Dirección General de Ordenación y Promoción Turística, Programa 432G Promoción y Apoyo a la comercialización, Fondo 7000001 (Fondo de Compensación Interterritorial FCI) el Proyecto número 157G0025 A PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A., PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD PROMOCIONA del estado de gastos de la Consejería de Turismo, Industria y Comercio, en el Anteproyecto de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de Canarias para el ejercicio 2020, pendiente de aprobación por el Gobierno de Canarias.

Tercero.- 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..

Cuarto.- Que la Directora Gerente de Promotur Turismo Canarias S.A. con fecha 14 de noviembre de 2019, solicita la aportación dineraria y la acompaña de una memoria descriptiva de las actividades a financiar asimismo certifica que no dispone de recursos propios para sufragar los gastos necesarios para hacer frente a las obligaciones contractuales de las campañas promocionales suscritas, la reserva de espacios en las ferias y demás gastos promocionales.

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.

Teniendo en cuenta el punto Primero. 2.1. 3 del Acuerdo de Gobierno de Canarias del 10 de diciembre de 2018 (Resolución de 28 de diciembre de 2018), las subvenciones, aportaciones dinerarias y encomiendas de gestión financiadas con fondos estatales, a los efectos de establecer abonos anticipados, estarán a lo dispuesto en la normativa específica que les sea de aplicación.

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.743.00, PI/LA:157G0025 Fondo 7000001 FCI, “A Promotur Turismo Canarias, S.A., para el Desarrollo de la Actividad Promocional”, dotada con un importe de 8.407.361,00 €, de acuerdo al certificado número 125/2019, de fecha 20 de noviembre de 2019, del Servicio de la Oficina Presupuestaria de la Secretaría General Técnica de este departamento, acreditativo de la dotación nominada existente que alcanza un total de **8.407.361 euros** del estado de gastos de la Consejería de Turismo, Industria y Comercio, en el Anteproyecto de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de Canarias para el ejercicio 2020, pendiente de aprobación por el Gobierno de Canarias.

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 de la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes, aprobado por Decreto 24/2016, de 4 de abril, el Consejero de Turismo, Cultura y Deportes es competente para otorgar la referida aportación dineraria a Promotur Turismo Canarias, S.A.

Sexto.- Que la empresa pública Promotur ha justificado que no dispone de recursos propios para sufragar los gastos necesarios para hacer frente a las obligaciones contractuales de las campañas promocionales suscritas, la reserva de espacios en las ferias y demás gastos promocionales, sin abono anticipado del importe de la transferencia.





El primer abono anticipado correspondería a los gastos de enero a marzo 2020 y los siguientes pagos, también por anticipado, de acuerdo a las necesidades previstas en función de las acciones a realizar, y siempre previa justificación del abono inmediatamente anterior, en cualquier caso no se podrá aplicar más allá de la finalización del presente ejercicio:

El abono anticipado deberá formalizarse a través de sucesivas ordenes siempre y cuando previamente se haya justificado por la empresa el importe anticipado en el período inmediatamente anterior.

ENERO-MARZO	3.000.000,00 euros Por anticipado
ABRIL-JUNIO	1.000.000,00 euros por anticipado y previa justificación del abono anterior
JULIO-SEPTIEMBRE	1.407.361,00 euros por anticipado y previa justificación del abono anterior
OCTUBRE- DICIEMBRE	3.000.000,00 euros por anticipado y previa justificación del abono anterior
TOTAL	8.407.361,00 euros

DISPONGO

Primero.- Otorgar a la sociedad mercantil pública PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A., una aportación dineraria por importe de **OCHO MILLONES CUATROCIENTOS SIETE MIL TRESCIENTOS SESENTA Y UN EUROS (8.407.361,00 euros)** así como autorizar el gasto para la financiación del DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD PROMOCIONAL del ejercicio 2020 con cargo a la aplicación presupuestaria 16.04.432G.743.00, PI/LA. 157G0025 FONDO 7000001 FCI “A PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A. PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD PROMOCIONAL” mediante procedimiento de tramitación ordinaria anticipada, condicionada a la efectiva existencia de este crédito adecuado y suficiente en la anualidad 2020. Cuya descripción se detalla a continuación:

Para 2020, la actuación de Promotur Turismo Canarias S.A. se estructura a partir del Plan de Marketing Estratégico 2018-2022 desarrollado por la entidad. En este Plan se identifican los siguientes retos a los que se enfrenta el turismo canario desde la perspectiva del marketing estratégico:

- Consolidación del liderazgo turístico internacional alcanzado
- Diversificación de mercados
- Diversificación de clientes
- Diferenciación de la oferta a través de la identidad





Para afrontar estos retos a medio plazo, Promotur ha establecido los siguientes objetivos para el año 2020, que representan una continuidad respecto a los establecidos para 2019:

- 1.- Mantenimiento / recuperación cuota de mercado en mercados clave
- 2.-Incremento del gasto en destino de los visitantes
- 3.-Extensión geográfica de la actividad económica derivada del turismo
- 4.-Extensión de la cadena de valor de la actividad turística
- 5.-Disminución de la concentración de riesgo en mercados de origen tradicionales
- 6.-Disminución de la concentración de riesgo en segmentos vinculados exclusivamente al disfrute de la oferta tradicional de sol y playa
- 7.-Potenciación de los canales directos de comunicación y comercialización
- 8.-Renovación de la imagen de Canarias como conjunto de destinos turísticos en sus mercados clave
- 9.-Potenciación de la identidad como herramienta de diferenciación
- 10.-Potenciación de la implicación de la sociedad canaria y los agentes económicos

A partir de esta identificación de retos, objetivos y líneas de actuación, se planifica un plan de actuación para el año 2020, a formalizar en el documento 'Plan de Marketing 2020', que describe los distintos programas actuación para a ejecutar en ese periodo. Cada uno de los programas se declina en distintas plataformas (en el caso de los Programas de comunicación y comunicación profesional), proyectos y acciones vinculados siempre a uno o varios de los objetivos establecidos para el periodo de referencia. Estos programas son:

Programa de inteligencia turística y planificación

El programa de inteligencia turística y planificación contempla, para 2020, el desarrollo de actuaciones dirigidas a integrar el conocimiento actualizado del cliente, de sus motivaciones, necesidades y expectativas, como base para la correcta toma de decisiones, no solo en lo referido estrictamente a la promoción, sino en todo el ámbito turístico. Asimismo, se contempla mejorar el acceso, análisis y gestión de datos referido a la industria turística en su conjunto (demanda, oferta, tendencias, etc.), incluida la realización de estudios y análisis adhoc.

Programa de Comunicación al Cliente Final

En 2020, el programa de comunicación al cliente final estará dirigido, prioritariamente, a la defensa de nuestro liderazgo en los mercados clave de la marca Islas Canarias, poniendo el foco en los segmentos de clientes que mayor volumen de visitantes generan en las islas, atendiendo siempre a las singularidades de cada una de ellas.

Esta comunicación se hará a través de las siguientes plataformas de comunicación:

- 1.-Vuelve a brillar (turismo de sol y playa plus)
- 2.-La gran aventura juntos (turismo de sol y playa familiar)
- 3.- La energía que te espera (turismo de espacios naturales)
- 4.-The other map (turismo de sol y playa para segmento "sibaritas modernos")
- 5.-Saca tus vacaciones del armario (turismo de sol y playa para segmento LGTB)
- 6.-Y además se come bien (turismo sol y playa plus + gastronomía)
- 7.-Sí quiero Islas Canarias (turismo de bodas)
- 8.-Islas a la vista (turismo de cruceros)
- 9.-Senderos de verdad (turismo de espacios naturales / senderismo)
- 10.-Open 365 (turismo activo / golf)





- 11.-Inmersión en alta definición (turismo activo / buceo)
- 12.-The canary way of surf (turismo activo / deportes de viento y olas)
- 13.-El mar de los alisios (turismo activo / navegación)
- 14.-Blue marlin zone (turismo activo / pesca de altura)
- 15.-Reserva de la extremosfera (turismo activo / deportes en la naturaleza)
- 16.-Sentir más, siempre (turismo cultural)

Cada plataforma, a partir de un concepto de comunicación diferenciado, se declina a partir de todo tipo de medios (propios, ganados y pagados), contenidos (audiovisuales, gráficos y redaccionales), acciones de comunicación, patrocinios, eventos y otras tipologías de actuaciones de comunicación.

Programa de Conectividad

En 2020, el programa de conectividad contempla dar continuidad al impulso continuo para mejora de la conectividad aérea de las Islas con sus distintos mercados meta turísticos a través de la gestión de la convocatoria abierta del Fondo de Desarrollo de Vuelos de Canarias, la promoción de las ventajas que ofrecen las islas a las compañías áreas y en general a la industria aeronáutica a través de encuentros profesionales, participación en ferias y foros especializados, interlocución con Aena y monitorización de la actividad aérea internacional.

Programa de Cooperación

El programa de cooperación está dirigido a la gestión de las líneas de colaboración con las distintas entidades de promoción turística de las islas y otras instituciones y organizaciones. En 2020, el programa contempla como principal línea de actuación el desarrollo de actuaciones diversas en cooperación con las entidades insulares de promoción turística.

Programa de Innovación

El programa de innovación está orientado al fomento de la incorporación de metodologías, herramientas y actuaciones innovadoras en el sector turístico canario en el ámbito del marketing: nuevos productos y servicios, comercialización y comunicación, inteligencia turística, big data, etc. Durante 2020, la actividad se centrará en el desarrollo del Espacio de la Marca Islas Canarias (EMIC) puesto en marcha en 2018.

Programa de Branding

El programa de Branding desarrolla múltiples acciones dirigidas al desarrollo de la identidad digital de la marca turística Islas Canarias en buscadores y RRSS en los distintos mercados meta de la marca Islas Canarias.

Programa de Comunicación Profesional

El programa de comunicación profesional integra todas las actuaciones dirigidas a promover las Islas Canarias como conjunto de destinos turísticos entre el público profesional del sector turístico, tanto local como internacional. Este programa se estructura a través de plataformas de comunicación, a su vez compuestas por medios, contenidos, acciones de comunicación, patrocinios, eventos y otras tipologías de actuaciones de comunicación.

En 2020, las plataformas de comunicación profesional activas serán:





- Plataforma de comunicación profesional genérica
- Plataforma de turismo MICE
- Plataforma de turismo deportivo

Programa de Fidelización y Prescripción

El programa de fidelización contempla para 2020 el desarrollo del proyecto DMP para la gestión de la comunicación directa con clientes actuales y potenciales y el desarrollo de su sistema de gestión de clientes para promover la repetición y activar su poder de prescripción a amigos, familiares y contactos sociales.

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

Segundo.- El primer abono anticipado correspondería a los gastos de enero a marzo 2020 y los siguientes pagos, también por anticipado, de acuerdo a las necesidades previstas en función de las acciones a realizar, y siempre previa justificación del abono inmediatamente anterior, en cualquier caso no se podrá aplicar más allá de la finalización del presente ejercicio y los documentos contables “O” deberán estar contabilizados antes del 15 de diciembre de 2020 para su certificación al Fondo de Compensación Interterritorial:

El abono anticipado, a excepción del periodo enero a marzo, deberá formalizarse a través de sucesivas ordenes siempre y cuando previamente se haya justificado por la empresa el importe anticipado en el período inmediatamente anterior.

ENERO-MARZO	3.000.000,00 euros Por anticipado
ABRIL-JUNIO	1.000.000,00 euros por anticipado y previa justificación del abono anterior
JULIO-SEPTIEMBRE	1.407.361,00 euros por anticipado y previa justificación del abono anterior
OCTUBRE- DICIEMBRE	3.000.000,00 euros por anticipado y previa justificación del abono anterior
TOTAL	8.407.361,00 euros

Tercero.- La cantidad a aportar representa el 100 % del coste total previsto de la actividad a desarrollar.

Cuarto.- La actividad se realizará durante el presente ejercicio 2.020

Quinto.- El beneficiario estará sujeto al control financiero de la Intervención General de la Comunidad Autónoma de Canarias y el Reglamento de la Función Interventora. El incumplimiento de algunas de las condiciones establecidas dará lugar al reintegro conforme al procedimiento previsto en la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, general de subvenciones, y en Decreto 36/2009, de 31 de marzo, por el que se establece el régimen general de subvenciones de la Comunidad Autónoma de Canarias, teniendo dichos importes la consideración de ingresos de Derecho Público.

Sexto.- El Beneficiario **justificará** el empleo de cada uno de los abonos con certificaciones





justificativas, por el órgano competente de PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A., de haber empleado los fondos por los importes efectivamente abonados, en la actividad objeto de esta resolución, **con anterioridad a la tramitación del siguiente abono** y los documentos contables “O” deberán estar contabilizados antes de 15 de diciembre de 2020 para su certificación al Fondo de Compensación Interterritorial. **Y la justificación del mes de diciembre antes del 28 de febrero de 2021.**

Séptimo.- En lo no previsto en esta orden se estará en lo dispuesto en la Ley 11/2006, de 11 de diciembre, de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias, así como 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.

Octavo.- La empresa Promotur Tusrismo Canrias, S.A. estará sujeta a las obligaciones establecidas en la Ley 9/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, y la Ley 12/2014, de 26 de diciembre, de transparencia y acceso a la información pública.

Noveno.- Debera cumplir la empresa pública lo dispuesto en el apartado cuarto del acuerdo de Gobierno de 24/04/2014 de medidas preventivas de detección temprana y de procedimiento previstas en el acuerdo de Gobierno del 20/02/2014.

Décimo.- 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, cabe interponer recurso de reposición ante este mismo órgano, en el plazo de un mes, contado desde el día siguiente al de su notificación, o directamente, el recurso contencioso administrativo ante la Sala de lo Contencioso Administrativo, del Tribunal Superior de Justicia de Canarias, en el plazo de dos meses contados desde el día siguiente al de la notificación de esta Resolución, informando a la entidad interesada que, de presentar recurso potestativo de reposición, no podrá acudir a la vía contencioso-administrativo hasta que aquel 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.

**La Consejera de Turismo, Industria y Comercio
Yaiza Castilla Herrera**

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:	
YAIZA CASTILLA HERRERA - CONSEJERO/A	Fecha: 02/12/2019 - 15:11:54
Este documento ha sido registrado electrónicamente:	
ORDEN - Nº: 528 / 2019 - Libro: 537 - Fecha: 03/12/2019 08:20:58	Fecha: 03/12/2019 - 08:20:58
En la dirección https://sede.gobcan.es/sede/verifica_doc puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente: 0znkzP5iYU3F1F49t62H1nWb43DiSv4sq	
 	
El presente documento ha sido descargado el 03/12/2019 - 08:21:50	