

III. OTRAS DISPOSICIONES

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO

- 12142** *Resolución de 8 de julio de 2021, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se publica la Adenda al Convenio con la Comunidad Autónoma de Canarias, por el que se determinan las condiciones de concesión de una subvención nominativa, prevista en el Real Decreto-ley 12/2019, de 11 de octubre, por el que se adoptan medidas urgentes para paliar los efectos de la apertura de procedimientos de insolvencia del grupo empresarial Thomas Cook.*

De acuerdo con lo previsto en el artículo 48.8 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre de Régimen Jurídico del Sector Público, procede la publicación en el «Boletín Oficial del Estado» de la Adenda al Convenio por el que se determinan las condiciones de concesión de una subvención nominativa de la Secretaría de Estado de Turismo (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo) a la Comunidad Autónoma de Canarias, prevista en el Real Decreto-ley 12/2019, de 11 de octubre (BOE de 12 de octubre de 2019), por el que se adoptan medidas urgentes para paliar los efectos de la apertura de procedimientos de insolvencia del grupo empresarial Thomas Cook

Madrid, 8 de julio de 2021.–El Secretario de Estado de Turismo, Fernando Javier Valdés Verelst.

Adenda al Convenio por el que se determinan las condiciones de concesión de una subvención nominativa de la Secretaría de Estado de Turismo (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo) a la Comunidad Autónoma de Canarias, prevista en el Real Decreto-ley 12/2019, de 11 de octubre (BOE de 12 de octubre de 2019), por el que se adoptan medidas urgentes para paliar los efectos de la apertura de procedimientos de insolvencia del grupo empresarial Thomas Cook

Madrid, 6 de mayo de 2021

REUNIDOS

Don Fernando Valdés Verelst, Secretario de Estado de Turismo, nombrado por Real Decreto 673/2020, de 14 de julio, actuando de conformidad con lo previsto en el artículo 62.2 g) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público y el artículo 5.a) de la Orden ICT/111/2021, de 5 de febrero, por la que se fijan los límites para administrar los créditos para gastos y se delegan determinadas competencias en el ámbito del Departamento, referido a las delegaciones de la Ministra en el titular de la Secretaría de Estado de Turismo para celebrar convenios en su ámbito de competencia.

Doña Yaiza Castilla Herrera, Consejera de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, nombrada por Decreto 121/2019, de 17 de julio, actuando en nombre y representación de la Administración de la Comunidad Autónoma de Canarias como entidad beneficiaria, en el ejercicio de la competencia atribuida, conforme establecen los artículos 16 y 29.1 k) de la Ley 14/1990, de 26 de julio, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas de Canarias, y de conformidad también con el ejercicio de las competencias que le confiere el Decreto 119/2019, de 16 de julio, del Presidente, y el artículo 4.2.e) del Reglamento Orgánico de la Consejería de Turismo, Industria y Comercio, aprobado por el Decreto 45/2020, de 21 de mayo.

Ambas partes, y en la representación que ostentan, se reconocen la suficiente capacidad para formalizar el presente acuerdo y, a tal efecto,

EXPONEN

Primero.

Que el Real Decreto-ley 12/2019, de 11 de octubre (BOE núm. 246, de fecha 12/10/2019), por el que se adoptan medidas urgentes para paliar los efectos de la apertura de procedimientos de insolvencia del grupo empresarial Thomas Cook, dispone en su artículo 5 la concesión directa de una subvención, por importe de 15 millones de euros, con objeto de recuperar la pérdida de conectividad, consolidar la diversificación y mejorar el destino, de modo que se palién en la mayor medida posible los efectos de la insolvencia del grupo empresarial Thomas Cook.

Segundo.

Que el artículo 5.2 del Real Decreto-ley 12/2019, de 11 de octubre, establece que la concesión de esta subvención se instrumente mediante la formalización de un convenio entre la Secretaría de Estado de Turismo y la Comunidad Autónoma de Canarias, según lo previsto en el artículo 65.3, en relación con el artículo 66.2 del Reglamento de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, aprobado por el Real Decreto 887/2006, de 21 de julio.

Tercero.

Que el 4 de diciembre de 2019 se suscribe el convenio por el que se determinan las condiciones de concesión de una subvención nominativa de la Secretaría de Estado de Turismo (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo) a la Comunidad Autónoma de Canarias, prevista en el Real Decreto-ley 12/2019, de 11 de octubre (BOE 12/10/2019), por el que se adoptan medidas urgentes para paliar los efectos de la apertura de procedimientos de insolvencia del grupo empresarial Thomas Cook –el convenio en adelante–.

Cuarto.

Que la cláusula quinta del convenio establece que el plazo para la ejecución de las actuaciones será de tres años naturales, contados a partir del día siguiente al de la firma del Convenio.

Quinto.

Que la referida cláusula quinta del convenio, asimismo, determina que cuando surjan circunstancias concretas que alteren las condiciones técnicas o económicas esenciales tenidas en cuenta para la concesión de la ayuda, el beneficiario podrá solicitar la correspondiente modificación que requerirá la autorización previa de la Secretaría de Estado de Turismo y se recogerá en una adenda.

Sexto.

Que la cláusula décima del convenio establece que cualquiera de las partes podrá proponer la modificación del convenio siempre que alguna circunstancia sobrevenida con posterioridad a su firma así lo aconseje para la mejor consecución del objeto del Convenio. La parte que proponga la modificación deberá comunicarlo por escrito a la otra parte, y deberá acompañar un informe justificando su propuesta. En todo caso, y ante ese informe, la Secretaría de Estado de Turismo aprobará si procede la

modificación propuesta, que requerirá adenda de modificación que deberá cumplir con todos los trámites y autorizaciones necesarias.

Séptimo.

Que en virtud de la cláusula décima del convenio, la Administración de la Comunidad Autónoma de Canarias viene reiterando la necesidad, ante la situación actual del sector turístico, de prorrogar diferentes plazos del Convenio.

En consecuencia, y tras contar con el informe favorable de la Abogacía del Estado en el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, ambas partes estiman conveniente suscribir la presente adenda modificativa del Convenio, con sujeción a las siguientes

CLÁUSULAS

Primera. *Modificación de los períodos que figuran en el anexo del convenio bajo el epígrafe «Temporalidad».*

Los distintos períodos previstos para las diferentes Actuaciones en el anexo del convenio serán los que se relacionan a continuación, en sustitución de los originarios del convenio de referencia:

| Actuación | Nuevo plazo de finalización solicitado | Plazo previsto inicialmente |
|---|--|-----------------------------|
| I. Plan de conectividad y promoción destino turístico Islas Canarias: | | |
| I.I Planes y acciones de promoción exterior y planes de fidelización del destino y acuerdos de <i>co-marketing</i> , estudios y apertura de nuevas rutas y mercados. | | |
| – Contratación de campañas publicitarias de invierno-verano en medios y soportes digitales a través de diferentes puntos de contacto: acción data, acción mobile con geolocalización, native advertising y travel influencers, en los mercados de interés de Canarias. El objetivo de estas campañas es alcanzar un número de receptores determinado de la información (impactos) en cada mercado, que se convertirán en potenciales clientes. En concreto, los objetivos a alcanzar en cada mercado serán: | 5 de diciembre 2022. | Enero 2020-mayo 2021. |
| Reino Unido: 18.486.569 de impactos. España: 19.467.896 de impactos. Alemania: 16.592.858 de impactos. Noruega: 11.616.524 de impactos. Holanda: 13.104.031 de impactos. Dinamarca: 12.413.046 de impactos. Suecia: 7.496.169 de impactos. Irlanda: 7.841.880 de impactos. Bélgica: 7.496.168 de impactos. Italia: 10.460.069 de impactos. Francia: 8.833.648 de impactos. Suiza: 7.841.879 de impactos. Francia: 8.833.648 de impactos. Suiza: 7.841.879 de impactos. República checa: 8.833.648 de impactos. Polonia: 12.353.535 de impactos. Portugal: 11.871.392 de impactos. Luxemburgo: 11.871.392 de impactos. Total: 186.580.704 de impactos. | | |
| Estos impactos serán evaluables a través de sistemas de información estadísticos reportados por las métricas digitales. | | |
| – Elaboración del Plan de fidelización del destino para clientes repetidores. | 5 de diciembre 2022. | Enero 2020-diciembre 2020. |

| Actuación | Nuevo plazo de finalización solicitado | Plazo previsto inicialmente |
|---|--|------------------------------|
| – Acciones de publicidad dirigidas al cliente final a través de medios online (publicidad programática, <i>marketing</i> en buscadores). | 5 de diciembre 2022. | Enero 2020 - diciembre 2021. |
| – Acciones con líneas aéreas y turoperadores. Se prevén dos tipos de actuaciones <i>co-marketing</i> y <i>co-branding</i> , que se definen a continuación (1.500.000 euros): | | |
| Acciones de <i>co-marketing</i> con líneas aéreas y turoperadores para ampliar el número de rutas, las frecuencias, aeropuertos con conexión, y número de turistas del destino. | 5 de diciembre 2022. | Enero 2020 - diciembre 2021. |
| Acciones promocionales conjuntas (<i>co-branding</i>) con compañías aéreas destinadas a impulsar, de manera directa y específica, la conectividad aérea de Canarias (número de rutas y frecuencias, aeropuertos de conexión) con sus mercados emisores, especialmente Reino Unido y Alemania. | 5 de diciembre 2021. | Enero 2020 - diciembre 2021. |
| Las acciones previstas, a definir de manera conjunta con las compañías aéreas seleccionadas incluirán la inserción de anuncios en medios propios de las compañías (webs de reserva, revistas de a bordo, apps, etc.) y en medios externos, preferentemente de carácter digital y vinculados a la planificación y reserva de viajes. El objetivo es vincular directamente la inversión a las fases de decisión final del cliente potencial con el objetivo de perseguir resultados a corto plazo. Las compañías con las que se podrían desarrollarse estas acciones de <i>co-branding</i> son, entre otras: EasyJet, Jet2, Eurowings, Condor, Wizz Air, TUI | | |
| Estas actuaciones se materializarán a través de: – Acciones con medios propios de líneas aéreas y turoperadores: publicidad en la web site de los turoperadores y líneas aéreas, publicidad en sus catálogos, revista a bordo, app, entre otros. – Publicidad en medios convencionales: prensa, radio, televisión, y en medios digitales (publicidad programática, <i>marketing</i> digital –SEM–, entre otros) en los mercados principales del destino: Reino Unido, Alemania, países escandinavos y España, entre otros. | | |
| – Plan de conectividad del destino Islas Canarias, incluyendo a todas sus islas, para la apertura y promoción de nuevas rutas y mercados. Se establecerán indicadores de eficacia para las acciones desarrolladas: media value, coste por click, rutas nuevas, número de impresiones, notoriedad de marca, imagen de marca, nivel de repetición de los turistas, entre otros. Estas acciones se realizarán según se recoge en el Plan Estratégico y de <i>marketing</i> de Islas Canarias. Se entregará un informe con indicadores de resultados: Número de nuevas rutas, aeropuertos con conexión, nuevas plazas y frecuencias, entre otros. | 5 de diciembre 2021. | Enero 2020 - diciembre 2020. |
| I.II Planes y acciones de promoción interior, de eventos y mejoras en destino en cada una de las islas. | | |
| Se realizarán acciones de comunicación a los turistas en destino para dinamizar su gasto y aumentar el mismo en las ocho islas. | | |
| – Generación de contenido promocional (soportes físicos, vídeos, fotos, contenidos de realidad virtual y realidad aumentada), a promocionar en el destino. | 5 de diciembre 2022. | Marzo 2020 - noviembre 2020. |
| – Inversión en dispositivos digitales y otros medios: pantallas, tótems y otros soportes digitales para realizar la promoción en el destino. | 5 de diciembre 2022. | Junio 2020 - noviembre 2020. |
| – Convocatoria pública abierta para todas las islas (destino Islas Canarias) a entidades públicas (Cabildos, ayuntamientos y empresas públicas) y privadas (ONGs, asociaciones, pymes y grandes empresas) para patrocinios de eventos en destino. Se incluyen los eventos de índole cultural, deportivo, de negocio, científico, gastronómico, entre otros. La convocatoria priorizará los eventos con capacidad de atracción de demanda en origen, elevado nivel de dinamización del gasto del turista en el destino, impacto en la imagen, y mayor número de participantes, entre otros. La convocatoria establece unos topes máximos por islas, y se establece un porcentaje mínimo de cofinanciación del 20% con los distintos agentes. | 5 de diciembre 2021. | Enero 2020 - diciembre 2020. |
| Provincia de Santa Cruz de Tenerife: 375.000 euros. Provincia de Las Palmas: 375.000 euros. | | |
| – Subvenciones nominadas a cada uno de los cabildos insulares por la misma cuantía para la realización de proyectos de infraestructuras turísticas, exclusivamente para proyectos incluidos en el Plan de Infraestructuras Turísticas de Canarias (PITCAN) que se adjunta. No se exigirá cofinanciación. | 5 de diciembre 2022. | Abril 2020 - junio 2021. |

| Actuación | Nuevo plazo de finalización solicitado | Plazo previsto inicialmente |
|---|--|------------------------------|
| Tenerife: 357.142,857 euros. Gran Canaria: 357.142,857 euros. Fuerteventura: 357.142,857 euros. Lanzarote y La Graciosa: 357.142,857 euros. La Palma: 357.142,857 euros. La Gomera: 357.142,857 euros. El Hierro: 357.142,857 euros. | | |
| II. Plan de digitalización del destino turístico Islas Canarias: II.I Plan y acciones de digitalización: | | |
| Este plan pretende fomentar e impulsar la digitalización de las empresas del destino y su comercialización directa. | | |
| – Elaboración de un plan de digitalización del destino Islas Canarias y todas sus islas. | 5 de diciembre 2021. | Febrero 2020 - junio 2020. |
| – Actuaciones de desarrollo del plan. Una vez elaborado el Plan y aprobado por la Consejería de Turismo, Comercio e Industria, el desarrollo del mismo se realizará a través de las actuaciones que en él se contemple: | | |
| • Desarrollo y mejora del sistema de información del destino (MIS) en su gestión pública incluyendo el Gobierno de Canarias, Cabildos y Ayuntamientos a través de la adquisición de Dispositivos de medición de asistencia de visitantes, identificación biométrica, geolocalización, software de gestión, software de comercialización y colaboración con motores de búsqueda y OTAs, entre otros. | 5 de diciembre 2022. | Febrero 2020 - junio 2021. |
| • Desarrollo y mejora del sistema de información del destino (MIS) en sus empresas privadas, a través de la adquisición de dispositivos de medición de asistencia, identificación biométrica, geolocalización, software de gestión, software de comercialización y colaboración con motores de búsqueda y OTAs entre otros. | 5 de diciembre 2022. | Marzo 2020 - noviembre 2021. |
| – Trabajo de campo en destino y en el entorno digital para el inventario y levantamiento de información para la confección de bases de datos conectadas de la oferta del destino y su demanda, para facilitar su integración en el sistema de información y la comercialización del destino. | 5 de diciembre 2022. | Febrero 2020 - febrero 2021. |
| II.II Plan de formación y dinamización de digitalización en el destino: | | |
| Para ello se ejecutarán acciones formativas, así como acuerdos con Segittur y la integración con la red de destinos inteligentes. | | |
| • Elaboración del plan de formación digital para el personal de la administración pública y empresas privadas. | 5 de diciembre 2021. | Mayo 2020 - noviembre 2022. |
| • Actuaciones de formación (cursos, seminarios, y acompañamiento, entre otros) incluidas en el plan de formación digital, a personal de Cabildos y ayuntamientos, y a empresas del sector sobre comercialización directa, <i>marketing</i> y gestión en el ámbito digital. Se realizará un mínimo de 30 acciones formativas en cada provincia: Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas. Al menos el 75% de los cursos se ofertarán al sector privado. | 5 de diciembre 2022. | Mayo 2020 - noviembre 2022. |
| III. Plan de diversificación de productos, segmentos y desestacionalización: | | |
| III.I Plan de gestión e impulso a la cartera de eventos y productos turísticos: | | |
| – Elaboración de un plan de diseño de un modelo de gestión de cartera de productos y eventos. del destino, con sus indicadores correspondientes de rentabilidad económica, social y medioambiental. El plan incluirá los eventos y productos a potenciar en cada isla. Se justificará con el contrato correspondiente y el informe final. | 5 de diciembre 2021. | Febrero 2020 - junio 2020. |
| – En función del plan previamente elaborado, y su modelo de gestión, se impulsarán las acciones correspondientes para ejecutar la cartera de eventos y productos turísticos (índole cultural, deportivo, de negocio, científico, gastronómico, sol y playa, entre otros) contemplados en el mismo. Se justificará con los convenios y contratos correspondientes y se entregará un informe con la cartera de los eventos y productos del destino impulsados, y con las actuaciones realizadas en todas sus islas. | 5 de diciembre 2022. | Julio 2020 - Julio 2021. |
| III.II Acciones piloto de productos y diversificación: | | |

| Actuación | Nuevo plazo de finalización solicitado | Plazo previsto inicialmente |
|--|--|--------------------------------|
| Se impulsarán estos con acciones piloto sobre productos del destino con capacidad de diversificación turística. | | |
| – Se realizarán ocho acciones piloto vinculadas a los productos principales del destino, tales como gastronomía, sol y playa, naturaleza, y deportes, entre otros. Las acciones piloto se seleccionarán atendiendo a su número potencial de turistas, capacidad de generación del gasto en el destino e impacto en la imagen Islas Canarias, entre otros. Cada acción piloto se financiará con un mínimo de 50.000 euros | 5 de diciembre 2021. | Febrero 2020 - junio 2021. |
| IV Plan promocional sobre impulso e investigación y acciones de desarrollo sostenible: IV.I Medidas de mitigación, compensación y adaptación al cambio climático y emisiones de CO2 y lucha contra el cambio climático: | | |
| La conectividad a destinos insulares y lejanos como Canarias se ve amenazada por los impuestos y restricciones al transporte aéreo y las emisiones de CO2. Esta acción se realizará conforme a las directrices del Acuerdo de Consejo de Gobierno (30-8-19). Declaración de emergencia climática en la comunidad autónoma de Canarias. Se adjunta. | | |
| – Elaboración de un plan de mitigación, compensación y adaptación al cambio climático. Este plan incluirá acciones en destino de sensibilización, reforestación, reducción de emisiones, y acciones de comunicación en origen, entre otros. | 5 de diciembre 2021. | Febrero 2020- septiembre 2020. |
| – En el desarrollo de ese plan se realizarán las siguientes acciones: | | |
| • Acciones de sensibilización medioambiental dirigidos al turista y residente: <i>Marketing</i> en medios convencionales y en internet | 5 de diciembre 2022. | Junio 2020- septiembre 2021. |
| • Acciones de reducción de emisiones mejorando la eficiencia energética de la oferta del destino en empresas y administraciones públicas turísticas: introducción de energías limpias, fuentes energéticas de menor consumo, etc. | 5 de diciembre 2022. | Junio 2020- septiembre 2021. |
| IV.II Estudio de fuentes de financiación alternativas para la gestión de la sostenibilidad turística: | | |
| Informe y estudio sobre las fuentes de financiación alternativas para la definición adecuada de la financiación de las medidas de fomento de sostenibilidad. Se incluirá el estudio de fuentes de financiación de otros destinos a la sostenibilidad y los costes y beneficios de las distintas alternativas. | 5 de diciembre 2022. | Febrero 2020 - junio 2020. |
| IV.III Acciones de promoción y comunicación de la sostenibilidad, del posicionamiento de naturaleza y bienestar de Islas Canarias, y de la mejora de la competitividad del destino: | | |
| La sostenibilidad se plantea como el eje central de la mejora de la competitividad del destino y su diferenciación. | | |
| Acciones de promoción y comunicación del posicionamiento de Islas Canarias, las mejoras de sostenibilidad, y las mejoras de competitividad realizadas en el destino. Las acciones de promoción incluyen publicidad en buscadores, <i>marketing on-line</i> , medios convencionales. | | |
| – Acciones en Alemania. | 5 de diciembre 2022. | Junio 2020 - junio 2022. |
| – Acciones en Reino Unido. | 5 de diciembre 2022. | Junio 2020 – junio 2022. |
| – Acciones en Reino Unido. | 5 de diciembre 2022. | Junio 2020 - junio 2022. |
| – Acciones en mercado español. | 5 de diciembre 2022. | Junio 2020 – junio 2022. |
| – Acciones en otros mercados. | 5 de diciembre 2022. | Junio 2020 - junio 2022. |
| – Acciones en el propio destino | 5 de diciembre 2022. | Junio 2020 - junio 2022. |
| V. Plan de gestión y comunicación de crisis: | | |

| Actuación | Nuevo plazo de finalización solicitado | Plazo previsto inicialmente |
|--|--|-----------------------------|
| Se definirá y protocolizará adecuadamente en todas las islas un plan de contingencia turística. | | |
| – Plan de gestión y comunicación de crisis. Este plan definirá acciones de información coordinada a los turistas en destino y en origen, así como a todas las empresas del sector y partes implicadas, lo que lleva consigo una adecuada comunicación exterior en los mercados de origen. El Plan debe articularse con el Consejo Canario de Turismo y, también, con el resto de agentes clave públicos y privados. El plan incluirá protocolos de actuación para todos los agentes implicados y para las posibles crisis que pudieran acontecer (incendios, quiebras de empresas, lluvias torrenciales, etc.), así como indicadores de gestión. | 5 de diciembre 2021. | Junio 2020- junio 2022. |
| – Acciones de comunicación a los turistas en origen y destino para la gestión de crisis. Se incluyen las acciones que se recojan el plan, tanto de comunicación <i>on-line</i> como en medios convencionales. | 5 de diciembre 2022. | Junio 2020- junio 2022. |

Segunda. *Eficacia de la adenda.*

La presente adenda surtirá efectos a partir de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado», una vez inscrito en el Registro Electrónico Estatal de Órganos e Instrumentos de Cooperación del Sector Público Estatal.

Y, en prueba de conformidad con el contenido de la presente adenda, las partes lo firman electrónicamente en el lugar donde se encuentran sus respectivas sedes, entendiéndose que el día de su firma es aquel en el que el mismo sea suscrito por el último de los firmantes.–Por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, el Secretario de Estado de Turismo, Fernando Valdés Verelst.–Por la Administración de la Comunidad Autónoma de Canarias, la Consejera, de Turismo, Industria y Comercio, Yaiza Castilla Herrera.