Referencia:	2023 / 36189
Asunto:	CONVENIO CÁMARA DE COMERCIO Y PATRONATO DE TURISMO

CONVENIO ENTRE EL PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA Y LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN DE FUERTEVENTURA PARA LA PROMOCIÓN TURISTICA DE FUERTEVENTURA EN EL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL.

En Puerto del Rosario a 27 de diciembre de 2023

COMPARECEN

De una parte, D. Víctor Modesto Alonso Falcón, Vicepresidente del Patronato de Turismo de Fuerteventura, en virtud de Decreto de Delegación de Competencias número 256/2023, de fecha de 20/11/2023.

De otra, el Sr. Dº. Juan Jesús Rodríguez Marichal, Presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Fuerteventura (en adelante, la Cámara), por razón de su expresado cargo, en nombre y representación de la mencionada Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Fuerteventura, en virtud de acuerdo de la sesión constitutiva del Pleno de la citada cámara, celebrada el 27 de junio de 2022.

Intervienen ambos en representación y con las facultades que sus respectivos cargos les confieren, reconociéndose recíprocamente capacidad y legitimación para otorgar y firmar el presente convenio administrativo, y en su virtud,

MANIFIESTAN

1. Que el Patronato de Turismo de Fuerteventura es un Organismo Autónomo dependiente del Cabildo de Fuerteventura para el desempeño de las funciones en orden al adecuado desarrollo y coordinación y fomento del turismo en el ámbito insular. Tal como establece la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del turismo de Canarias en su artículo 6 apartado 1, corresponde a los Cabildos Insulares en materia turística, la promoción turística de su isla en coordinación con los municipios turísticos conforme al principio de unidad de destino reconocido en esta Ley.

2. El Patronato es un organismo de derecho público que ejerce las competencias que le vienen atribuidas por la norma, en este caso, competencias en materia turística, en régimen de descentralización funcional. Tiene personalidad jurídica pública diferenciada, así como patrimonio propio y autonomía en su gestión.

3. Que el Patronato comparte con los representantes de las empresas turísticas que operan en la isla de Fuerteventura su preocupación por la evolución del mercado turístico y el descenso de las reservas y de las previsiones de ocupación reservas para la temporada otoño-invierno 2023/2024 y la temporada verano-otoño de 2024.

4. Que, siendo el turismo un sector absolutamente esencial y un motor económico para la isla de Fuerteventura, tanto desde el sector público como del sector privado quieren realizarse actuaciones para tratar de revertir la tendencia y potenciar la atracción de turistas a la isla, salvando con carácter inminente la vigente temporada otoño-invierno 2023/2024 y mejorando las expectativas para la temporada de verano-otoño de 2024.

5. Que la Ley 4/2014, de 1 de abril básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España y la Ley 10/2019 de 25 de abril, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Canarias, establecen en su artículo 2 que las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación son corporaciones de derecho público con personalidad jurídica propia y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines, que se configuran como órganos consultivos y de colaboración con las Administraciones Públicas, sin menoscabo de los intereses privados que persigan. Su estructura y funcionamiento deberán ser democráticos. Y el artículo 3 señala que las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación tienen como finalidad la representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria, los servicios y la navegación, así como la prestación de servicios a las empresas que ejerzan las indicadas actividades. Asimismo, el artículo 3 de la Ley 4/2014 señala que ejercerán las competencias de carácter público que les atribuya esta Ley y las que les puedan ser asignadas por las Administraciones Públicas con arreglo a los instrumentos que establece el ordenamiento jurídico.

6. Que, entre las funciones de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Fuerteventura, se encuentra la de contribuir a la promoción del turismo en el marco de la cooperación y colaboración con las Administraciones Públicas competentes según lo dispuesto en el artículo 5.2.k) de la Ley 4/2014, de 1 de abril básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España.

7. Que, en el contexto descrito, el Patronato y la Cámara de Comercio de Fuerteventura quieren colaborar para el desarrollo de las actuaciones descritas en el apartado 4 *ut supra* y

que se concretarán en la realización de acciones promocionales fuertes y urgentes de promoción turística en el mercado nacional e internacional.

8. Conviene aclarar que con fecha 19 de octubre de 2023, las mismas partes formalizaron una encomienda de gestión, que tenía una vigencia limitada al período comprendido entre la fecha de formalización y el 31 de diciembre de 2023. No obstante, antes de finalizar el período de vigencia de la referida encomienda de gestión, y tras diferentes reuniones mantenidas, las partes advirtieron que la relación que ambas tenían voluntad de colaboración conjunta para la ejecución de acciones de promoción turística de la isla en el mercado nacional e internacional; razón por la cual, mediante Decreto número 339/2023 de fecha 7 de diciembre de 2023, acordaron extinguir el convenio de encomienda de gestión y aprobar el reintegro en concepto de financiación de las acciones incluidas en el convenio por importe de 1.032.050 € por parte de la Cámara de Comercio, habiéndose efectuado la devolución de las aportación dineraria.

9. El Patronato de Turismo, como Organismo especializado en el sector turístico, tiene los conocimientos específicos de los mercados en los que se han de llevar a cabo las actuaciones de promoción. Es el que conoce cuáles son los mercados con los que la isla de Fuerteventura tiene conexiones aéreas directas; el volumen de cada mercado; las posibilidades de crecimiento; la diversificación de la demanda; etc... Por ello, es el Patronato el que ha de identificar a qué concretos touroperadores y compañías aéreas se ha de contratar para realizar las acciones de promoción turística pretendidas.
Asimismo, el Patronato, como Organismo especializado en el sector turístico, estima que el coste de las acciones de promoción a ejecutar a efectos de alcanzar los fines que se persiguen, se cifra en 1.032.550 € (impuestos incluidos); cantidad de la que el propio Patronato dispone.
En este sentido, el Patronato de Turismo de Fuerteventura, ha consignado en el presupuesto de 2023 la partida presupuestaria 7020.4320B.226.02 denominada “Publicidad y Propaganda” con el objeto de la realización de acciones de promoción turística del destino Fuerteventura.

10. El Patronato de Turismo, debido al gran volumen de trabajo que acumula, carece de recursos personales y técnicos disponibles para el desarrollo de estas actuaciones de promoción de la isla de Fuerteventura; recursos con los que sí cuenta la Cámara de Comercio de Fuerteventura.

En este contexto, en cumplimiento de las funciones que ambas partes tienen legalmente atribuidas, han decidido formalizar el presente convenio con el objeto de llevar a cabo acciones de promoción turística de la isla de Fuerteventura en mercados nacionales e internacionales, siendo el turismo el sector económico más relevante dentro de la economía insular desde una perspectiva directa como indirecta, todo ello de conformidad con las siguientes

CLÁUSULAS

PRIMERA. - OBJETO DEL CONVENIO

El objeto del presente convenio es la regulación de la colaboración entre el Patronato de Turismo de Fuerteventura y la Cámara de Comercio de Fuerteventura, para la realización de diversas campañas de promoción turística con touroperadores (en adelante TO) y compañías aéreas europeas (en adelante CAE), consistentes en acciones *online y offline*, tanto en medios propios como externos, tales como acciones en la web de los correspondientes TO o CAE, redes sociales, periódicos digitales y /o impresos, catálogos de los correspondientes TO o CAE, tanto online como impresos, publicidad en medios de transporte público, en la radio en la televisión, en vallas publicitarias, publicidad específica dentro de las agencias de viaje, newsletters y cualquier otra que se considere adecuada.

SEGUNDA. - COMPROMISO DE LAS PARTES

2.1. Del Patronato de Turismo de Fuerteventura.

- Efectuar las aportaciones económicas previstas en las cláusulas tercera y cuarta.
- Aportar a la Cámara de Comercio una relación de los TO y de las CAE con los cuales se va a ejecutar la promoción turística que formará parte del presente Convenio como Anexo I del mismo. En ese Anexo, el Patronato de Turismo habrá de motivar debidamente las razones por las que las acciones de promoción han de realizarse con los concretos TO y CAE que en el mismo se identifiquen, así como las cantidades que la Cámara de Comercio ha de abonar a cada uno de esos TO y CAE.
- Aportar a la Cámara de Comercio toda información relativa a los TO y a las CAE con los que va se va a ejecutar la promoción turística que sea necesaria para realizar debidamente las acciones de promoción (incluidos los datos de contacto).
- Proporcionar a la Cámara de Comercio una relación detallada de todas las acciones que deba ejecutar cada TO y cada CAE.
- Acudir a todas las reuniones de seguimiento de este convenio solicitadas previamente por la Cámara de Comercio.
- Compensar a la entidad cameral por los costes en que incurra por sus actuaciones en virtud de este Convenio y de conformidad con la cláusula cuarta de este convenio.

La suscripción del convenio no supone una cesión de la titularidad de la competencia del Patronato de Turismo.

2.2. De la Cámara

- Aportar los medios humanos y técnicos necesarios para realizar la colaboración regulada en el presente convenio. Se hará constar en el Anexo II, una relación de los medios técnicos y personales que la Cámara de Comercio pone a disposición para el cumplimiento del objeto del convenio y que formará parte del presente convenio.
- Realizar todas las actuaciones que permitan celebrar los contratos con los TO y las CAE hasta la finalización de las acciones de promoción que son objeto del presente convenio, con la entrega al Patronato de la documentación justificativa de la realización de tales acciones. Entre las referidas actuaciones a realizar se incluye la tramitación de los procedimientos de contratación que procedan hasta la formalización de los correspondientes contratos, en sus propias instalaciones y con sus propios medios materiales y personales, sin perjuicio de la posibilidad de realizar subcontrataciones para el cumplimiento efectivo del objeto del presente convenio.

La tramitación de los procedimientos de contratación que la Cámara de Comercio realice en ejecución de las obligaciones comprometidas en este Convenio se regirá por lo previsto en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

- Destinar los fondos transferidos por el Patronato de Turismo para la ejecución de acciones de promoción turística de la isla de Fuerteventura, **según la distribución de la inversión por mercados que consta en el Anexo I,** y hacer efectivo el pago en las cantidades indicadas para cada uno de los TO o AV.
- Acreditar hallarse al corriente en las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social, mediante certificado vigente.

TERCERA. - APORTACIÓN ECONÓMICA A REALIZAR POR EL PATRONATO DE TURISMO Y JUSTIFICACIÓN POR LA ENTIDAD CAMERAL PARA SU REPARTO EN LAS ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA OBJETO DEL PRESENTE CONVENIO.

El coste de las actuaciones de promoción turística de la isla de Fuerteventura previstas en el presente Convenio se cifra en 1.032.550 €, impuestos incluidos.

El Patronato de Turismo realizará una transferencia bancaria del referido importe a la cuenta titularidad de la Cámara de Comercio que la misma expresamente le indique en el plazo máximo de un mes desde la formalización del presente Convenio.

Una vez se ejecuten las actuaciones de promoción turística a las que se refiere el presente Convenio, la Cámara remitirá al Patronato de Turismo de Fuerteventura la documentación acreditativa de la distribución de fondos a cada uno de los TO y CAE que hayan colaborado en la ejecución de tales acciones.

En el caso de que el coste final de las actuaciones de promoción sea inferior a 1.032.550€, - la Cámara de Comercio procederá a la devolución del sobrante al Patronato de Turismo.

CUARTA. - COMPENSACIÓN ECONÓMICA A LA CÁMARA DE COMERCIO.

La gestión a realizar por la Cámara de Comercio, con la aportación de sus medios técnicos y personales, será compensada por el Patronato de Turismo de Fuerteventura por un importe que asciende a CUARENTA MIL EUROS (40.000 euros) IGIC incluido.

En los presupuestos del Patronato de Turismo de Fuerteventura para el ejercicio 2023 existe crédito adecuado y suficiente para hacer efectiva la aportación económica.
El pago se hará efectivo a la firma del convenio.

La/s factura/s a presentar por la entidad colaboradora deberán cumplir los requisitos establecidos en el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación aprobado mediante Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre.

La/s factura/s se presentarán por la sede electrónica del Cabildo Insular de Fuerteventura.

Datos DIR:
Patronato de Turismo de Fuerteventura
C/Almirante Lallermand,1
35600 Puerto del Rosario
CIF: P-8500005-G
Oficina Contable: LA0004617
Órgano Gestor: LA0004617
Unidad Tramitadora: LA0004617

QUINTA. -MODIFICACIÓN DEL CONVENIO

Durante el periodo de vigencia del Convenio, cualquiera de las partes firmantes podrá instar la modificación de las cláusulas del mismo, mediante solicitud motivada, comprensiva de las necesidades y beneficios de la misma, dirigida de forma escrita a la otra parte.

Las propuestas de modificación serán debatidas y acordadas en el seno de la Comisión de seguimiento respectiva, iniciándose, en su caso, los trámites de modificación, que culminarán con la suscripción de una Adenda que se incorporará al Convenio, como parte integrante del mismo.
En todo caso, la modificación de este convenio requerirá el acuerdo unánime de los firmantes.

SÉXTA. - VIGENCIA DEL CONVENIO

El periodo de vigencia del presente convenio será de UN AÑO (1 año) a partir del día siguiente a la firma del mismo.

SÉPTIMA. - PRÓRROGA.

Las partes podrán acordar la prórroga del plazo establecido en la cláusula anterior por mutuo acuerdo cuando fuera necesario para dar íntegro cumplimiento al objeto del presente Convenio.
En el supuesto caso de que se acordara la prórroga, se procederá a aportar nuevo presupuesto de gastos de ejecución para la gestión y tramitación de acciones de promoción turística de la isla de Fuerteventura.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 49.h.2) de la Ley 40/2015, en cualquier momento antes de la finalización del plazo previsto en el apartado anterior, los firmantes del convenio podrán acordar unánimemente su prórroga por un periodo de hasta cuatro años adicionales o su extinción. El plazo máximo de prórroga será el que convengan las partes por unanimidad, y en caso de desacuerdo será de un año, sin perjuicio de la posibilidad de acordar otras prórrogas hasta el máximo de cuatro años legalmente establecido.

OCTAVA. - COMISIÓN DE SEGUIMIENTO

Con el fin de asegurar una adecuada ejecución del convenio y de los compromisos adquiridos por los firmantes, se constituirá una comisión de seguimiento, vigilancia y control, que estará integrada por:

-2 vocales elegidos por el Patronato de Turismo de Fuerteventura.
-2 vocales elegidos por la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Fuerteventura.

Actuará como Presidenta la Consejera Insular Delegada de Turismo, del Excmo. Cabildo Insular de Fuerteventura y como Secretario un trabajador del Patronato de Turismo de Fuerteventura.
La Comisión se reunirá como mínimo una vez al mes y, además, cuando así lo solicite alguna de las partes.

La Comisión tendrá las siguientes funciones:

a) Resolver las dudas que suscite el cumplimiento del presente Convenio.
b) Realizar el seguimiento, vigilancia y control de la ejecución del Convenio y de los compromisos adquiridos por los firmantes; corregir las desviaciones que se produzcan y/o proponer mejoras en su ejecución.
c) Validar las memorias justificativas de la ejecución de las acciones presentadas por los TO y CAE y dar el visto bueno para el pago a los mismos.
d) Facilitar la colaboración de las partes y la interpretación del Convenio.
e) Proponer modificaciones del Convenio.
f) Resolver las controversias que pudieran plantearse con carácter previo al recurso a la vía contencioso-administrativa.
g) La vigilancia y control de las actuaciones que se haya previsto desarrollar, el dictado de instrucciones necesarias para asegurar su adecuada realización, el informe a las partes de las incidencias acaecidas durante la ejecución del Convenio o la propuesta razonada de su modificación.

El funcionamiento de esta Comisión se regirá por lo dispuesto en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

NOVENA. - EXTINCIÓN DEL CONVENIO

Son causas de extinción del presente Convenio:

a) El transcurso del plazo máximo de vigencia pactado y sus prórrogas.
b) El acuerdo unánime de las partes firmantes de forma expresa y escrita.
c) El incumplimiento grave por cualquiera de las partes de las obligaciones y compromisos asumidos. La extinción del Convenio por la concurrencia de esta causa deberá ir precedida de los trámites previstos en el artículo 51.2.c) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.
d) La revocación de la designación de la Cámara como entidad colaboradora por parte del Cabildo insular.
e) La voluntad unilateral de una de las partes, comunicada a la otra parte de forma fehaciente y por escrito con una antelación mínima de 30 días naturales a la fecha en que haya de surtir efectos.
f) La decisión judicial declaratoria de la nulidad del convenio

DÉCIMA. - NATURALEZA DEL CONVENIO.

El presente convenio tiene naturaleza administrativa y está excluido del ámbito de aplicación de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de contratos del sector público, de conformidad con lo previsto en su artículo 6.1, rigiéndose en cuanto a su interpretación y desarrollo por la

normativa administrativa aplicable a los convenios entre Administraciones Públicas y entidades de derecho público.

DECIMO PRIMERA. - RESOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS.

La resolución de las controversias que pudieran plantearse sobre la interpretación, aplicación, modificación, resolución y efectos del presente Convenio deberán solventarse de mutuo acuerdo entre las partes, a través de los acuerdos que se adopten en la Comisión de Seguimiento prevista en el presente Convenio.

Agotada dicha vía y para el supuesto de que dicho acuerdo no hubiera podido alcanzarse, las posibles controversias deberán ser resueltas por el Orden Jurisdiccional Contencioso-Administrativo.

La Jurisdicción contencioso administrativa será la competente para conocer cuántos litigios puedan derivarse de la interpretación y cumplimiento del Convenio, de conformidad con lo previsto en la Ley 29/1998 reguladora de dicha jurisdicción.

Y para que conste a los efectos oportunos, en prueba de conformidad, las partes firman el presente documento a un solo efecto, con fecha de 27 de diciembre de 2023.

ANEXO I

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS PARA COMARKETING

Las acciones objeto de este convenio, las cuales se han de gestionar y tramitar en virtud del mismo, son acciones de promoción turística de la isla de Fuerteventura en el mercado nacional e internacional.

Se trata de acciones que se han de llevar a cabo mediante campañas de comarketing con touroperadores y compañías aéreas principalmente, los cuales garantizan una mayor promoción del destino en canales propios y externos, entre sus clientes finales y profesionales. De esta manera podremos hacer campañas realmente eficaces que posicionen Fuerteventura de forma adecuada y exitosa en nuestros mercados emisores. Las entidades con las que se realicen las campañas serán seleccionadas atendiendo a la necesidad de promocionar Fuerteventura en los mercados con los que tenemos conexiones aéreas directas, teniendo en cuenta la importancia histórica del mercado para nosotros, el volumen del mercado, las posibilidades de crecimiento, la diversificación de la demanda, el apoyo a las compañías aéreas tanto consolidadas como nuevas o reactivación de sus vuelos con Fuerteventura, por encontrase en evolución negativa o por ser de importancia estratégica para Fuerteventura, etc. Lo que se pretende es llevar a cabo campañas de promoción turística lo más eficaces y de rápida implementación posible, con el objetivo de intentar salvar la temporada de invierno, que viene en número negativos para la isla, siendo además Fuerteventura la única isla canaria con previsión de descenso del turismo.

La inversión que aporta el Patronato de Turismo para la realización de las mencionadas campañas es de 1.032.550 € impuestos incluidos. El importe de los gastos de gestión se estima en 40.000 €, siendo el desglose el siguiente:

Importe para campañas sin IGIC	965.000 €
7% IGIC repercutido	67.550 €
Total campañas con impuesto	1.032.550 €
Gastos de gestión	40.000 €
Total con impuestos y gastos de gestión	1.072.550 €

Teniendo en cuenta los siguientes mercados experimentan un descenso desde el 01/10/2023 al 31/01/2024 de:

Italia: - 11,30%. Plazas programadas 42.876.

Francia: -23,4%. Plazas programadas 31.290

Suiza: -6,30%. Plazas programadas 18.738.

Polonia: - 12,9% Plazas programadas 16.558

Finlandia: - 12,5% Plazas programadas 2.926
Suecia: -52,0% Plazas programadas 212

Teniendo en cuenta que las siguientes compañías aéreas son las que más plazas aéreas tienen contratadas a Fuerteventura durante el mencionado periodo:
Ryanair: 188.990 plazas, con un incremento de 9,2%. Compañía de bajo coste.
Jet.com: 111.517 plazas, con un incremento de 8,7%. Compañía de bajo coste.
Condor Flugdienst: 106.637 plazas, con un incremento de 15,3%. Compañía regular.
Easyjet: 80.621 plazas, con un descenso del 17,7%. Compañía de bajo coste.
Tuifly: 66.339, con un descenso del 5,1%. Charter.
Eurowings: 50.666 plazas, con un incremento del 8,5%. Compañía de bajo coste. Vuelos desde 6 ciudades de Alemania.

Teniendo en cuenta que las siguientes compañías aéreas son las que mayor incremento de plazas han puesto a Fuerteventura:

Aer Lingus: 33,3% (4.872 plazas). Compañía regular. Vuelo de Dublín.
Lufthansa: 38,0% (4.015 plazas). Compañía regular. Vuelo desde Munich.
Skywest Airlines: 22,5% (22.491 plazas). Compañía regional. Vuelos desde 4 ciudades de Alemania.
Volotea: 33,9% (17.262 plazas). Compañía de bajo coste. Vuelos desde 6 ciudades de Francia.

Teniendo en cuenta las siguientes compañías aéreas son nuevas o han reactivado su actividad en la isla:

British Airways: 100% (4.448 plazas). Compañía regular. Vuelo de Londres.
Chair Airlines Ag: 100% (1.200 plazas). Compañía regular. Vuelo de Zurich.
Flexflight: 100% (1.152 plazas). Charter. Vuelo de Zurich.
Sunclass Airlines: 100% (212 plazas). Vuelo de Estocolmo.
Play: 100% (1.254 plazas). Compañía de bajo coste. Vuelo de Reykjavik.

Teniendo en cuenta que la compañía Volotea es la segunda compañía aérea que más incrementa sus plazas, con un incremento del 33,9%, con 17.262 plazas programadas, es la que más incrementa las plazas desde Francia, con vuelos desde seis ciudades francesas: Nantes, Toulouse, Marseille, Lyon, Lille y Bordeaux.

Teniendo en cuenta que la única compañía aérea polaca sin ser Ryanair, que ya está seleccionada, que tiene vuelos programados desde Polonia es Wizzair, que tiene programadas 14.101 plazas aéreas, con un incremento del 0,0%, desde Varsovia y Katowice.

Teniendo en cuenta que las compañías aéreas nacionales que tienen vuelos programados con Fuerteventura son Iberia Express, Ryanair y Vueling.
Visto todo lo anterior se seleccionan las siguientes compañías aéreas para la realización de las campañas de comarketing:

Se seleccionan las dos compañías de bajo coste que más plazas tienen programadas a Fuerteventura, Ryanair y Jet2 y que a su vez han incrementado el número de plazas a la Isla. Ryanair además tiene plazas programadas con dos de los mercados que pierden plazas aéreas: Italia y Polonia. Se selecciona también Easyjet porque a pesar de haber reducido las plazas aéreas es la tercera compañía en número de plazas programadas y tiene plazas programadas con tres de los mercados en los que perdemos turistas: Italia, Francia y Suiza.

También se selecciona Iberia Express, que es la principal compañía que conecta Fuerteventura con Península, así como Binter y Vueling, que además de conectar con Península, tienen plazas programada a dos de los destinos donde se pierden plazas: Italia y Francia.
Por lo tanto, atendiendo por una parte al volumen de plazas aéreas contratadas y al incremento de las mismas y por otra parte a la necesidad de reforzar aquellos mercados que donde se han disminuido el número de plazas aéreas para la temporada de otoño-invierno 2023/2024.

Visto la necesidad de promocionar Fuerteventura en los mercados con los que tenemos conexiones aéreas directas, teniendo en cuenta la importancia histórica del mercado para nosotros, el volumen del mercado, las posibilidades de crecimiento, la diversificación de la demanda, el apoyo a las compañías aéreas tanto consolidadas como nuevas o reactivación de sus vuelos con Fuerteventura, por encontrase en evolución negativa o por ser de importancia estratégica para nosotros, se establece la siguiente relación de comarketing:

La distribución de la inversión por mercados es la siguiente:

	Compañía
Alemania	**TUI**
	Alltours
	FTI
	Ryanair
Francia	**Thalasso nº1**
	Volotea
	Karavel

Reino Unido	**Jet2**
	Easyjet
	Thomas Cook
	British Airways
	Ryanair
Luxemburgo	**Luxair**
Italia	**Ryanair**
	Alpitour
Suiza	**Hotelplan**
Escandinavia	**Tui Nordic**
	Apollo
	Nordic Leisure
	Norwegian Airlines
	Bravo Tours
Polonia	**Itaka**
	Wizzair
	Ryanair
Austria	**TUI**
Rep. Checa	**Canaria Travel**
Hungría	**Via Sale**
Irlanda	**Sunway**
	Ryanair
	Jet2
España	**Iberia Express**
	Vueling
	Viajes El Corte Ingles
	Destinia
	expedia.com
	Ávoris
Países Bajos	**TUI**

Alemania	**75.000**
Francia	**90.000**
Reino Unido	**160.000**
Luxemburgo	**40.000**
Italia	**45.000**
Suiza	**40.000**
Escandinavia	**125.000**
Polonia	**95.000**
Austria	**30.000**
Rep.Checa	**25.000**
Hungría	**25.000**
Irlanda	**55.000**
España	**130.000**
Países Bajos	**30.000**
TOTAL	**965.000**

Aproximadamente 37 campañas de comarketing

1º Las acciones pueden ser online tanto en medios propios como externos y offline, también tanto en medios propios como externos: web del touroperador/CCAA, redes sociales, periódicos digitales y/o impresos, catálogos del touroperador/CCAA tanto online como impresos, publicidad en medios de transporte público, en la radio, en la tele, en vallas publicitarias, publicidad específica dentro de las agencias de viaje, newsletters dedicadas, etc.

2º Se dará prioridad a las acciones online.

3º En caso de que alguna de las entidades propuestas desistiera, no estuviera interesada o dejara de trabajar con Fuerteventura, podrá sustituirse por otra entidad, a ser posible del mismo mercado.

4º Todas las creatividades deberán contener el logotipo del Patronato de Turismo de Fuerteventura, preferiblemente con el claim de “Fuerteventura, La Playa de Canarias” o “Fuerteventura Islas Canarias” o cualquier otro claim que se estime más idóneo para ese mercado con la aprobación previa del Patronato de Turismo de Fuerteventura. No será obligatorio el logo del Patronato de Turismo en los posts en redes sociales.

5º El Patronato de Turismo de Fuerteventura facilitará las imágenes que se necesiten, con independencia de que la Cámara de Comercio aporte otras imágenes que considere oportuno previa aprobación nuestra.

6º La Cámara de Comercio aportará al Patronato de Turismo de Fuerteventura a la finalización de los comarketing una memoria justificativa de la efectiva realización de las acciones con imágenes, certificados de emisión e informe de resultados.

ANEXO II

MEMORIA RELATIVA A LOS MEDIOS TÉCNICOS Y PERSONALES A DISPOSICIÓN DEL PROYECTO PARA LA GESTIÓN DE PROMOCIÓN TURISTICA DE LA ISLA EN EL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL

La presente memoria conforme a la cláusula cuarta del referido convenio, está sujeta a modificaciones posteriores derivadas de la ejecución del proyecto.

1.-DESCRIPCION DEL PERSONAL QUE ESTARÁ A DISPOSICIÓN DE LA GESTIÓN DEL OBJETO DEL CONVENIO.

La Cámara cuenta con un equipo directivo y con técnicos para la gestión y supervisión de los trabajos a realizar, contando con la cualificación suficiente y necesaria para esta actuación concreta, compuesto por 2 técnicos con formación y experiencia en el sector y en la gestión de proyectos con titulación de grado superior en ADE, turismo o derecho como mínimo.

Asimismo, se contará con los soportes del equipo de la Cámara en aquellas cuestiones necesarios que se pudiesen generar a lo largo del proyecto.
Este equipo inicial se irá incrementando y/o reduciendo a medida que vayan sucediéndose las fases del programa, en el caso que fuese necesario.

2.- PRESUPUESTO DESGLOSADO DE LOS 40.000 EUROS QUE RECIBIRÁ LA ENTIDAD CAMERAL COMO COMPENSACIÓN ECONÓMICA, INCLUYENDO GATOS ESTRUCTURALES, PERSONAL, SERVICIOS A CONTRATAR.

De forma anticipada y desconociendo el alcance real del proyecto, el coste de las aproximadamente 37 campañas de comarketing por un importe aproximado de un millón de euros, ascendería a 40.000,00€ desglosado de la siguiente manera

TAREAS	COSTE
Actuaciones previas para la puesta en marcha de los procedimientos de contratación	3.000 €
Procedimientos de contratación (informe de necesidad, pliegos, requerimiento documentación, adjudicación)	24.000 €

Interlocución con los touroperadores para solicitud de documentación para subsanación de documentación.	4.000 €
Interlocución con touroperadores de campaña de co-marketing para control de acciones y requerimiento de documentación acreditativa de la efectiva ejecución del contrato	3.000 €
Redacción de contrato y firma	3.000 €
Redacción de propuestas de pago y aportación de justificante de abono a los touroperadores	3.000 €
TOTAL	40.000 €

Tiempo (horas)* de dedicación estimado: hasta un máximo de 885,00 horas.

**Temporalidad prevista de 3 meses, en jornada de 7,5 horas.*