ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA, CIT INSULAR LA PALMA

MUSEO ARQUEOLÓGICO BENAHORITA (MAB) – LOS LLANOS

14/03/2024 -16:30 H.

En Los Llanos de Aridane, cuando son las 16:35 h del día catorce de marzo de dos mil veinticuatro, se reúnen debidamente convocados y con el fin de celebrar sesión ordinaria de la Asamblea General de la Asociación Centro de Iniciativas y Turismo Insular La Palma, los siguientes señores/as:

D. Óscar León Díaz, Presidente, Autos y Viajes Oasis
D. Jorge Miranda Díaz, Vicepresidente Primero y Secretario, Your Event y en representación de Dña. Sabrina Rizzi Mercado. La Pérgola Aridane.
D. Aurelio Castro Morera, Vicepresidente Segundo, Apartamentos Oasis San Antonio
D. José Humberto Peña Hernández, Vicepresidente Tercero, Artesanía Sanlupe y Almacenes Bámbola.
D. Juan David Dorta Barreiro, Tesorero, Miranda&Dorta Eventos y en representación de D. Stefan Braun, Restaurante La Luna.

Asisten también los siguientes asociados:

D. Jesús Ramón González Morales, Asepeyo
D. José A. Barrios, Asesoría Laboral José A. Barrios Méndez.
Dña. Luz María Luis Rodríguez, Más Auto Rent a car.
D. David Fuentes Marante, Eventos La Palma
D. José Tomás Rguez de Paz, Evento 7
Dña. Francien van Dijken, Viajes Canarias Europa S.L.
D. Andrés Hernández García, Salinas de Fuencaliente

Asisten también Dña. Dácil Pérez Glez., gerente del CIT Insular, Dña. Ana Beatriz Santos Dña. Beatriz González y D. Miguel A. Guerra, personal laboral del CIT Tedote, quienes actuarán con voz, pero sin voto.

Como invitados se encuentran también, D. Facundo Yanes Simón, Asesor Fiscal de la Asociación, D. Manuel Negro, Director comercial en representación de Apartamentos La Fuente, y D. Alfredo Capote.

Con el siguiente orden:

1. Lectura del acta anterior y su aprobación si procede.
2. Comunicaciones de la Presidencia.
3. Memoria de actividades de 2023 y su aprobación si procede.
4. Balance económico de 2023 y su aprobación si procede.
5. Altas y bajas de asociados desde la última Asamblea General para su ratificación.
6. Ratificación fusión CIT Insular + CIT Tedote, acuerdos que procedan..
7. Ratificación logo CIT insular, acuerdos que procedan.
8. RR.SS CIT Insular, acuerdos que procedan.
9. Facultar a la Junta Directiva en funciones para seguir actuando hasta la elección del nuevo cuerpo directivo.
10. Asuntos llegados con posterioridad.
11. Ruegos y preguntas.
12. Convocatoria de Elecciones.

1. LECTURA DEL ACTA ANTERIOR Y SU APROBACIÓN SI PROCEDE

D. Oscar León toma la palabra, da la bienvenida a los presentas y agradece su asistencia. Indica el presidente que le acompaña D. Facundo Yanes, fiscal de las asociaciones para tratar los asuntos contables y la gerente del CIT Insular Dña. Dácil Pérez Glez.

El acta de la asamblea anterior ha sido enviada previamente por mail a todos los asociados para su revisión y visto bueno, quedando aprobada por unanimidad al estar los presentes conformes con su lectura.

2. COMUNICACIONES DE LA PRESIDENCIA.

El presidente enumera los saldos en cuenta de las asociaciones siendo de 68.398,48€ el CIT y 11.125,41€ el saldo de Asdetur con pendiente de cobro a 29 de febrero por parte del CIT de 39.324,76€.

PENDIENTES 2024								
OFICINA	**CASITA**	**AEROPUERTO**	**CANCAJOS**	**EL PASO**	**TIJARAFE**	**GARAFIA**	**MIGO**	
dic-23		6.609,12 €		2.980,71 €				**9.589,83 €**
ENERO		6.609,12 €	PAGADO	PAGADO	PAGADO	PAGADO	PAGADO	**6.609,12 €**
FEBRERO	6.609,12 €	6.609,12 €	PAGADO	PAGADO	3.907,57 €	PAGADO	PAGADO	**17.125,81 €**
TOTAL								**33.324,76 €**

CARAVANA 6.000 €

TOTAL TODAS LAS OITS **39.324,76 €**

3. MEMORIA DE ACTIVIDADES 2023 Y SU APRBACIÓN SI PROCEDE

Toma la palabra la gerente del CIT Insular para hacer un resumen de la memoria de actividades, cuyo código QR lo tienen todos los presentes en el orden del día, nombrando las estadísticas del 2023 de las oficinas, actividades realizadas, exposiciones, intervenciones en radios, alcance de Turismo Somos Todos.

Visitantes atendidos en las Oficinas de Información Turística: 85.606 visitantes.

-Visitantes atendidos en el Museo de Interpretación del Gofio (MIGO): 1.734 visitantes.
-Cruceristas atendidos en las OIT El Paso y Casita de Cristal: 10.492 visitantes.
- Visitantes OIT EL PASO: 14.202 turistas (1.537 cruceristas)
- Visitantes CASITA de Cristal: 28.460 visitantes (8.955 cruceristas)
- Visitantes OIT CANCAJOS: 17.578 visitantes
- La OIT Las Tricias ha recibido un total de 6.752 visitantes y la OIT Llano Negro, 3.115 visitantes.
- OIT Tijarafe: 2.871 visitantes

- OIT AEROPUERTO: 10.304 visitantes
- La oficina móvil de Breña Alta atendió a un total de 324 personas en el periodo que va desde enero hasta mediados de septiembre de 2023, fecha en la que cesó su servicio.
- La caravana en el convenio con el Cabildo 2023: se atendieron más de 20.000 personas un dato que no deja indiferente a nadie y que justifica sin lugar a dudas, la ubicación de la caravana en este punto.

ACTIVIDADES DE DINAMIZACIÓN en las OITs:

-Actividades de dinamización desarrolladas en las OIT y en el MIGO: 10 actividades.
-Exposiciones acogidas en las oficinas: 69 exposiciones.

REUNIONES, medios de comunicación de la asociación:

- Reuniones de los miembros de la Junta Directiva entre sí y con terceros: 52 reuniones.
-Intervenciones en medios de comunicación (Escritos, RR.SS., radio y televisión), tanto dentro de la isla como fuera: 36 intervenciones.
-Notas de prensa generadas por el CIT Insular Tedote-ASDETUR La Palma: 47 notas de prensa.

-Alcance del proyecto Turismo Somos Todos. Ediciones 9 (2022 - 2023) y 10 (Periodo 2023):

Turismo Somos Todos 9 (2022 - 2023)

Encuestas, colaboraron 6 empresas y se entregaron 5 premios/bonos.
Jornadas de concienciación a Centros de Educación Primaria: 9 jornadas.
Jornadas de concienciación a Centros de Enseñanza Secundaria y Formación Profesional: 11 jornadas.
Intervenciones en radio TST: 17 entrevistados.
-Becas de Inmersión turística: 8 alumnos del IES José María Pérez Pulido.
Jornadas a Políticos, Funcionarios y Agentes Culturales: 9 jornadas.

Jornadas de concienciación a Comercios y Residentes
-Visitas a comercios y asistencia a eventos: 33 jornadas en total. 17 jornadas de concienciación a comercios y 16 asistencias a eventos.
-Encuesta turística a residentes y empresas colaboradoras: se cumplimentaron 669-

Turismo Somos Todos 10: hasta la fecha (2023-2024) hasta diciembre 2023

Turismo Somos Todos 10 (2023/24) Periodo 2023	
Línea de concienciación a comercios y residentes:	
Asistencia a eventos:	8 jornadas
Línea de concienciación a centros de primaria	
Asistencia a centros educativos	3 centros
Línea de concienciación a centros de secundaria	
Intervenciones en radio	5 entrevistados

Se aprueba la memoria de actividades 2023.

4. BALANCE ECONÓMICO DE 2023 Y SU APROBACIÓN SI PROCEDE.

D. Facundo Yanes procede a presentar la cuenta de resultados del CIT Insular, detallando los asientos contables y fiscales.

PRESUPUESTO CIT INSULAR 2023

GASTOS

CONCEPTO	PREVISIÓN	REAL
AUDITORIA SCE 623.5	0,00 €	0,00 €
SS TOTAL	89.700,00 €	91.133,14 €
SUELDOS TOTAL	283.780,00 €	305.185,90 €
INDEMNIZACIONES	1.800,00 €	0,00 €
Sueldo y SS Dirección comercial	84.000,00 €	86.649,21 €
OTROS GASTOS PERSONAL	1.000,00 €	1.338,33 €
APORTACIÓN PROPIA A SCE	0,00 €	0,00 €
C1 - TOTAL GASTOS PERSONAL	460.280,00 €	484.306,58 €
SEGUROS y PREVENCION 625/623.12	2.100,00 €	2.307,85 €
ASESORIA LABORAL y JURIDICA 623.4/623.13	2.000,00 €	1.495,04 €
ASESORÍA CONTABLE 623.1	3.300,00 €	3.272,16 €
PÁGINA WEB mantenimiento www.lapalmacit.com 629.6	1.000,00 €	0,00 €
GESTIÓN PRESIDENCIA 623.2	22.000,00 €	22.574,88 €
GASTOS VARIOS / EXTRAORDINARIOS/ AMORT 629.8//631,0//68 /	1.900,00 €	4.696,08 €
TELÉFONOS MÓVILes 629.13 /	550,00 €	1.027,24 €
RELACIONES PUBLICAS 627.2	500,00 €	930,43 €
SERVICIOS BANCARIOS Y SIMILARES 626	2.800,00 €	3.626,16 €
FORMACIÓN PERSONAL	840,00 €	1.260,00 €
DONACIONES VOLCÁN / COLABORACION Y CUOTAS FEDEPALMA	0,00 €	1.701,33 €
MENSAJERÍA/CORREOS/LIMPIEZA 629.14 629.26	1.400,00 €	2.213,68 €
GASOLINA PERSONAL 628/ 629.12	1.300,00 €	455,51 €
ALQUILERES VARIOS DIR. COMERCIAL	3.400,00 €	2.846,30 €
MANTENIMIENTO INFORMÁTICO 622.1,622.2	600,00 €	1.021,78 €
MATERIAL DE OFICINA / EQUIPOS 629.5	1.300,00 €	2.397,31 €
C 2 - TOTAL GASTOS MANTENIMIENTO Y OTROS	44.990,00 €	51.825,75 €
RENOVACIÓN WEB	1.000,00 €	0,00 €
GASTOS FOTÓGRAFO/DISEÑOS	0,00 €	543,10 €
GUÍA ALOJAMIENTOS/AAVV/RENT A CAR	1.500,00 €	0,00 €
GUÍA GASTRONÓMICA	1.500,00 €	1.696,20 €
REEDICIÓN MAPA GUÍA CIT TEDOTE LA PALMA	1.500,00 €	0,00 €
GUÍA DE OCIO / BOLSAS PLEY 2024	0,00 €	1.669,47 €
MATERIAL PROMOCIONAL (DISPLAYS, VOLANDERAS,...) 627.5/	1.000,00 €	4.295,94 €
VIDEO PROMOCIONAL / Software gestión oficinas	0,00 €	14.392,00 €
C3 - TOTAL MATERIAL PROMOCIONAL	6.500,00 €	22.596,71 €
APORTACION BECAS TURISMO	0,00 €	0,00 €
FORMACIÓN / CONCIENCIACIÓN / +SCE 629.27/629.1 /627,4	4.000,00 €	4.306,37 €
INVERSIONES EN EQUIPAMIENTO/ACTIVIDADES OITS 629.10	600,00 €	1.184,03 €
PROMOCIONES ACTIVIDADES / COMUNICACIÓN / RADIO 627,1/623,11/627.6	5.000,00 €	5.397,37 €
GASTOS CARAVANA CABILDO	3.685,00 €	2.983,80 €
C4 - CONCIENCIACIÓN / PROMOCIÓN INTERIOR	13.285,00 €	13.871,57 €
INVERSIONES EN PROMOCIÓN EXTERIOR CONVENIO DIR. COMERCIAL	141.000,00 €	142.795,80 €
GASTOS EN DIRECCION COMERCIAL/ VIAJES /DIETAS /ALOJAMIENTOS /	41.600,00 €	29.178,47 €
LIBRE DISPOSICIÓN / INVERSIÓN PROMOCIÓN EXTERIOR	75.886,88 €	76.544,95 €
ASISTENCIA FERIAS / ACCIONES PROMOCIONALES 629.3/627,9	4.500,00 €	4.432,90 €
C5 - PROMOCIÓN EXTERIOR	262.986,88 €	252.952,12 €
TOTAL INVERSIONES C3 + C4 + C5	324.371,88 €	318.598,87 €
TOTAL GASTOS	788.041,88 €	825.552,73 €

PRESUPUESTO CIT INSULAR 2023

INGRESOS

CONCEPTO	PREVISIÓN	REAL
EXISTENCIAS	- €	505,00 €
CUOTAS ASOCIADOS	45.000,00 €	46.225,40 €
VENTAS DE PRODUCTOS	16.000,00 €	4.210,51 €
VENTA DE LOTERÍA NAVIDAD	1.600,00 €	552,00 €
VENTA DE MAPA GUÍA CIT TEDOTE LA PALMA asociado	500,00 €	10,00 €
PATROCINIOS GUIAS	3.000,00 €	2.000,00 €
DERRAMAS GUÍAS / ... otros	0,00 €	0,00 €
TOTAL INGRESOS PROPIOS	66.100,00 €	53.502,91 €
GESTION CASITA CRISTAL	74.120,00 €	74.121,00 €
GESTIÓN TIJARAFE	43.823,16 €	47.475,90 €
GESTIÓN AEROPUERTO	74.120,00 €	74.121,00 €
GESTIÓN MIGO GARAFÍA	30.367,44 €	30.367,44 €
GESTIÓN 2 OFICINAS GARAFÍA	50.635,08 €	57.385,29 €
CONVENIO EL PASO	32.910,00 €	32.799,90 €
CONVENIO BREÑA BAJA	32.200,00 €	32.141,47 €
CONVENIO SERVICIO CANARIO DE EMPLEO	54.766,20 €	89.248,26 €
CONVENIO BREÑA ALTA	24.000,00 €	17.937,36 €
DIRECCION COMERCIAL	270.000,00 €	270.000,00 €
SUBVENCIÓN CABILDO 2023	15.000,00 €	9.750,00 €
CARAVANA 2023	20.000,00 €	20.000,00 €
OTROS INGRESOS CABILDO Software gestión	0,00 €	15.000,00 €
TOTAL INGRESOS POR CONVENIOS Y LICITACIONES	721.941,88 €	770.347,62 €
	0,00 €	
OTROS CONVENIOS	0,00 €	
	0,00 €	
	0,00 €	
TOTAL INGRESOS OTRAS APORTACIONES	0,00 €	0,00 €
	0,00 €	
	0,00 €	
TOTAL INGRESOS	788.041,88 €	823.850,53 €

SALDO **-1.702,20 €**

Como siempre, se presenta esta cuenta comparándola con el año anterior. D. Facundo enumera de manera global los ingresos y gastos, diciendo que toda la información está disponible para cualquiera de los presentes que quieran solicitar el desglose de cada partida.

Como todos los años, también recuerda que hay que hablar de las periodificaciones de las subvenciones, que hace referencia a aquellas subvenciones que hay que prorratear en función de los años fiscales. Si existe un convenio, como el SCE, que va de octubre a junio, esta subvención implica un ingreso de 3 meses en un año y el resto para el siguiente. Con todo esto, la cuenta de pérdidas y ganancias cuenta con un déficit de 1.702,20 €, mientras que el año pasado arrojaba un déficit de 83,92 €. Sobre este resultados hay que comentar, prosigue D. Óscar sobre todo que ha sido un año muy difícil, con tres gerentes que suman económicamente, con las campañas que teníamos pendientes de hacer por parte de la promoción comercial, con todo ello los asientos contables son más de 2.000 y apuntes contables unos 800, por ello estas pérdidas de -1.702€, en primer lugar que al ser asociación sin ánimo de lucro no podemos tener beneficio luego teníamos unas campañas de promoción

para hacer con inversión propia con Cóndor, Vueling y no se nos facilitaron las cosas para hacerla desde el Cabildo y estas campañas se vinieron abajo. Teníamos otra campaña pagada y en marcha con We Like Travel para los mercados de Alemania, Suiza, Holanda y Luxemburgo de 15.700€, que hubo que pararla porque el Servicio de Turismo a partir del 31.12.23 no nos permitió seguir usando las RR.SS de #VisitLaPalma, faltando tres meses aun por ejecutar de esta campaña. Por todo esto, que estaba previsto económicamente y que no nos permitieron ejecutar, para no irnos a gastos a principios de diciembre empezamos a pagar trabajos del año 2024, como el box de 2.000€ que se utilizó en Fitur, dinero que hemos recuperado vía ayuntamiento de Breña Baja, compra de bolsas para las oficinas de turismo, la guía de restaurantes y lo que falta por hacer de la campaña de We Like Travel adelantamos 16.538€ porque si no hubiéramos estado en un déficit de unos 15.000€.

D. Facundo Yanes reitera que se encuentra a disposición del CIT Insular La Palma y sus asociados para la consulta de cualquier detalle con respecto al balance económico.

Los presentes no tienen ninguna duda con respecto al documento, por lo que éste se da por aprobado.

D. Óscar quiere añadir en este apartado que el CIT recibe por cuotas 47.000€, tiene gerencia, sueldos, promoción y hemos sido capaces de invertir 76.000€ solo en promoción exterior, lo comento porque a veces nos dicen que si las cuotas son altas, creo que por invertir 25€ y ser capaces de producir este dinero para invertir por el bien de todos opino que está bastante bien aunque siempre todo es mejorable.

5. ALTAS Y BAJAS DE ASOCIADOS DESDE LA ÚLTIMA ASAMBLEA GENERAL PARA SU RATIFICACIÓN.

Interviene Dña. Dácil enumerando la relación de altas y bajas producidas desde la última asamblea ordinaria, que fue el 21 de marzo de 2023, siendo las que se muestran a continuación:

EMPRESAS DE ALTA	FECHA
RESTAURANTE LA COLONIAL	21/04/2023
PRODUCTOS VIRGINIA SL	26/04/2023
GASTROBAR CINAMMON	28/04/2023
EVENTOS Y ALOJAMIENTOS LA PALMA SL	19/05/2023
RESTAURANTE LA ERA	22/05/2023
VIAJES CANARIAS EUROPA S.L	09/08/2023
GRUPO EVENTO 7	19/10/2023
CAFÉ BELVEDERE	31/10/2023
BODEGAS NOROESTE LA PALMA	24/11/2023
RESTAURANTE CHIPICHIPI SL	04/01/2024

EMPRESAS DE BAJA	FECHA	motivo
ULRICHROTH S.L.	20/04/2023	Otros motivos
APTOS. EL CERRITO	01/06/2023	Otros motivos

Asociación Radio Taxi Los Llanos	02/06/2023	otros motivos
La Casa Encantada Hostel & Art	14/08/2023	otros motivos
Lava Cristina	29/08/2023	Jubilación
Micasaenlapalma Inmobiliaria	16/11/2023	Otros motivos
DRAGON TREE PUBLISHING	31/12/2023	Otros motivos
YEGUADA JJ RAMOS	31/12/2023	Otros motivos
GASTROBAR CINAMMON	31/12/2023	cierre
AUTOS ISLA VERDE	20/02/2024	otros motivos
SAN BORONDON 17/VULCANFISHING	12/03/2024	cierre

6. RATIFICACIÓN FUSIÓN CIT TEDOTE + CIT INSULAR.ACUERDOS QUE PROCEDAN.

Como saben, continúa D. Óscar, se firmó un acuerdo de fusión en septiembre de 2023 de ambos CITS (CIT La Palma y CIT Tedote) y entendemos que queda ratificarlo en Asamblea General ya que hay que iniciar los trámites correspondientes en el registro de asociaciones de Canarias, que en este caso es solo el nombre que pasaría a denominarse "CIT INSULAR LA PALMA" ya que se continúa con el mismo CIF.

Pregunta D. Aurelio Castro ¿si no hay que modificar los estatutos? Le contesta el presidente que sí, únicamente la denominación del nombre por CIT Insular La Palma. Al estar todos los asistentes de acuerdo se aprueba la ratificación.

7. RATIFICACIÓN LOGO CIT INSULAR Y LOGO RR.SS.

D. Óscar prosigue comentando que en la última junta directiva se aprobó, debido a estos problemas con la promoción online con el Servicio de Turismo el cual mantiene que tenemos que hacer un contrato con ellos para poder usar sus redes sociales y sus fotos, el logo de CIT Insular y el segundo logo para usar en las RR.SS. Invita al Sr. Miguel Guerra a que explique el diseño del logo de las RR.SS. Se muestran los logos en la pantalla para todos los asistentes.

Toma la palabra el Sr. Guerra para comentar que el logo es una idea conjunta con el Sr. Manuel Negro, desde el principio se tuvo claro que se buscaba un logo sencillo y claro que tuviera referencias explícitas a los recursos que definen La Palma y que sirven de base para las distintas actividades que se pueden practicar en la isla. Al mismo tiempo, también se quiso introducir un cierto componente sentimental, que se explicará más adelante.

A continuación explica el Sr. Guerra cada elemento, su significado y la razón del color

escogido.

● Texto “La Palma”: destaca en negro sobre el resto de elementos del logo, haciendo referencia a la naturaleza volcánica de la isla.

● Texto “Tourism”: bajo el nombre del destino y en color azul representando el agua en general y a su vez especialmente el mar a través de la aleta de delfín que forma la letra R, haciendo referencia a nuestra rica fauna marina a sugerencia del asociado Fancy 2. Al fin y al cabo, la isla es Reserva Marina desde 2001 con el objeto de proteger una zona que cuenta con una elevada biodiversidad de flora y fauna.

● Curva roja: hace referencia a la erupción del Volcán Tajogaite en 2021, que al igual que ocurrió

con el Teneguía en su día, nos colocó en el mapa mundial, en este caso en una época dominada

por la difusión inmediata de contenido a través de internet, lo que multiplicó notablemente su alcance. Desde el CIT Insular La Palma somos conscientes del sufrimiento que este suceso supuso para nuestros vecinos y por ello nos gustaría aclarar que nuestro interés no es insistir en él, sino todo lo contrario: intentar que el volcán sirva como atractivo para regenerar la economía de nuestra isla y en especial la de los municipios del Valle de Aridane y por ende, mejorar las vidas de nuestros vecinos.

Esta curva recuerda a la forma y orientación de la colada. Las líneas blancas que separan las distintas partes rojas vendrían a representar los ríos de lava de la erupción y permiten que incluso

usando el logo en su versión unicolor se entienda lo que representa esta curva.

● Curva amarilla: además de uno de los productos gastronómicos más famosos de la isla, el plátano (cuyas plantaciones marcan buena parte de nuestro paisaje), esta forma intenta evocar al mismo tiempo una sonrisa, con la intención de introducir en el logo el componente sentimental. Además del color típico del plátano, el amarillo también hace referencia a la luz, algo que nuestros turistas, especialmente los extranjeros, valoran de forma excepcional.

● Forma verde: hace referencia a la vegetación, tanto a nuestros bosques como a las plantaciones de plátanos que dominan buena parte de nuestro paisaje costero y son parte del atractivo de la isla.

Precisamente por esto, se ha optado por una forma de hoja neutra, que pueda evocar tanto a la

hoja de los árboles que encontramos en nuestra naturaleza como a las de las plataneras que cultivan nuestros agricultores. A su vez, esta forma recuerda a una mano en posición de saludo,

aludiendo a la hospitalidad palmera, volviendo a hacer así hincapié en el componente

sentimental.

● Estrellas violetas: hacen referencia a nuestro afamado cielo nocturno, que fue el origen de la Declaración Starlight, figura internacional de protección del cielo nocturno que también es conocida como la Declaración de La Palma.

● Composición curva amarilla + forma verde + estrellas violetas: la unión de estos tres elementos forma un brazo con una mano que alcanza la estrellas, transmitiendo la idea de que la

claridad de nuestro cielo parece hacer posible "tocar el cielo/las estrellas". Esto una vez más vuelve a intentar introducir el componente sentimental, ya que la frase "tocar las estrellas/tocar el cielo" se vincula muchas veces con la idea de soñar, de alcanzar los sueños.

Pregunta el presidente si se ratifican lo logos, a lo que los asistentes responden que si.

8. RR.SS CIT INSULAR. ACUERDOS QUE PROCEDAN

El presidente explica que se ha dado de alta el dominio La Palma Tourism para usarlo en todas las RR.SS.

Estamos a la espera de reanudar en breve los 3 meses de campaña en redes que nos faltaba con We Like Travel, donde se nombra a las Cías Aéreas y podemos llegar a acuerdos con la turoperación que queramos. D. Aurelio pregunta ¿Qué se va a promocionar? ¿ en que consiste la promoción? responde el presidente que será la que se decida entre todos, concretamente la que está pendiente de We Like Travel, pasa a explicarla el Sr. Alfredo Capote , es una campaña en RR.SS, para conseguir los más likes posibles (visualizaciones) y potenciar que la gente de Alemania, Luxemburgo, Suiza y Países Bajos vengan a la isla, pero ya ahora se hará con nuestras imágenes , ya que desde el Servicio no se permite, desde enero usar las suyas, se ha intentado buscar las imágenes lo más similares posible a las que estaban ya puestas en la campaña y así no tener que empezarla de nuevo, ya que esto sería un nuevo costo, y poder concluirla ya que la misma ya está pagada finaliza el Sr. Capote.

D. José Humberto pregunta si se paga por cada publicación, el Sr. Capote contesta que en este caso no porque es un paquete completo que contempla X publicaciones dentro del tiempo establecido, añade D. José Humberto es que las RR.SS pueden ser una fuente de ingresos para el CIT.

D. Aurelio Castro puntualiza que las campañas en redes sean para dar publicidad de los asociados del CIT y así nadie nos puede decir que usamos cosas que no debemos, añade el presidente que el destino, el nombre de La Palma no es propiedad de nadie, es de todos, para eso hemos creado un logo nuevo, vamos a promocionar a nuestras empresas y hasta ahora hemos estado promocionando a todo el mundo sean asociados o no con nuestros recursos, es hora de hacer lo que decidamos en favor de nuestra asociación.

Nosotros hasta ahora, prosigue D. Óscar hemos promocionado exteriormente, pero si hacemos

una campaña de gastronomía por ejemplo hasta ahora era para todos a partir de ahora será que solo salgan nuestros restaurantes asociados, esta es la línea a seguir.

El Sr, Arley Barrios propone que se pongan fotos que no salgan las empresas, solo de las actividades de cada uno.

Pregunta el presidente si se aprueba la propuesta, a los que los asistentes dicen que sí.

9. FACULTAR A LA JUNTA DIRECTIVA PARA SEGUIR ACTUANDO HASTA ELECCIÓN DEL NUEVO CUERPO DIRECTIVO.

El CIT Insular, indica D. Óscar, después de dos años de mandato de su junta pasa a periodo electoral, por lo tanto, es necesario facultar a la Junta Directiva en funciones para seguir actuando hasta la elección de la nueva. Los presentes se muestran de acuerdo y este punto queda aprobado.

10. ASUNTOS LLEGADOS CON POSTERIORIDAD.

D. Óscar prosigue en este punto comentando que antes de ayer le llamaron desde el ICT (Instituto Canario de Turismo) que son los que hicieron el máster el año pasado y están intentando volver a hacer otro, nos reunimos en octubre con el presidente y la consejera del Cabildo quedando que en enero se volvería a reactivar era un tema enfocado al turismo rural y vivienda vacacional sobre temas de decoración equipamiento y demás, pero esto no se ha podido realizar aún. Entonces nos propone seguir el mismo modelo implantado ya en Gran Canaria y Fuerteventura, sería en streaming con una clase física en Gran Canaria y una online desde Fuerteventura. El importe del máster son 5.800€, siendo la modalidad de streaming se ofrece una beca del 50% por lo que el importe sería 3.000€ todo ello bonificable. Se aprueba que esta información se pase por mail a todos los asociados/as.

D. Óscar da la palabra al Sr. Manuel Negro para que explique su trabajo.

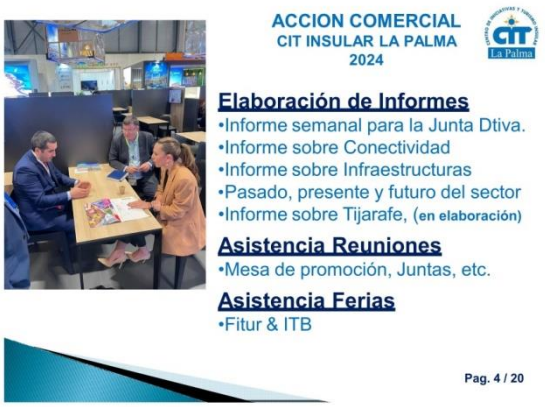
El Sr. Negro pasa a explicar su trabajo sobre un documento que se proyecta a todos los presentes.

Comenta que ha recibido hace pocos días el informe de la campaña que se hizo el año pasado en, Alemania, donde básicamente La Palma está presente en casi 300 ciudades, se les pasará los datos cuando lo traduzca. También me han contactado desde BooTravels que ofrecen gratuitamente mostrar en sus soportes el video promocional del CIT Insular, también los asociados que quieran pueden subir su promoción gratuitamente, durante 6 meses a su plataforma para darles visibilidad pasado este tiempo ya se pondrían en contacto con las empresas para concretar el coste de la promoción si estuvieran interesados en continuarla.

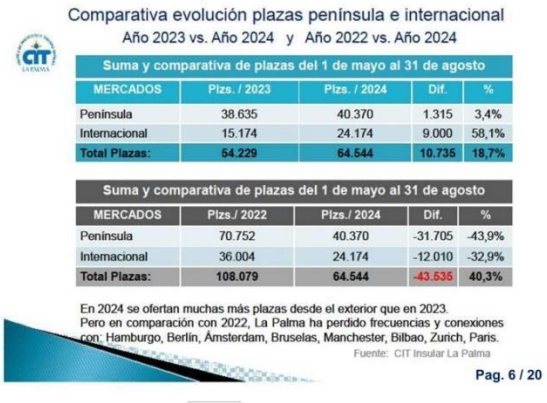
En otro orden de cosas el Sr. Negro informa que Costa Cruceros quiere traer a Canarias en el invierno 25-26 un barco el Costa Fortuna.

Pasa al Sr. Negro a explicar sus funciones en la dirección comercial sobre las siguientes pantallas:

Realizo las siguientes acciones:



También a petición del presidente elaboré un estudio sobre la conectividad en la isla, que fue mandado a la Junta Directiva está hecha la comparativa hasta agosto porque cuando lo hice en enero era la fecha a la que teníamos la conectividad, que se hace a seis meses vista.



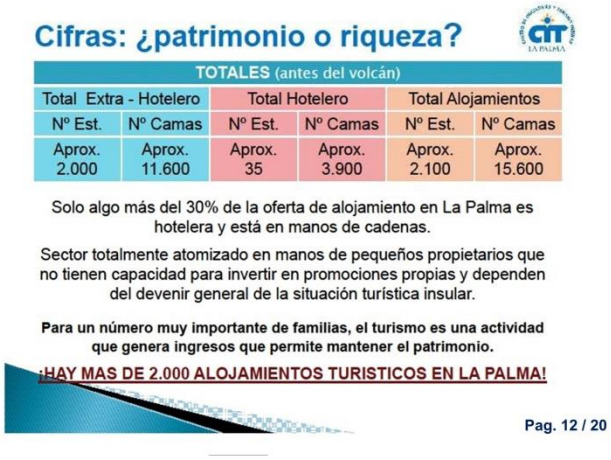
Interrumpe el Presidente para comentar que el próximo 21 de marzo vuelve a venir la Consejera de Turismo del Gobierno de Canarias, esta vez con todo su equipo de Promotur para explicarnos todas su líneas de trabajo, reunión a la que se les invitará a todos los asociados y esta reunión viene de la última reunión de diciembre en el H10 donde se nos presentó una comparativa del año 2023 con el año 2019, donde le dije a la Sra. de León que el año 2019 no se puede comparar porque teníamos del orden de 4.000 o 5000 camas más pero si del año 2022 que fue el postvolcán y que

nosotros teníamos que intentar que nuestro objetivo es igualar el año mejor y no supera el año peor, ya que superar las plazas del verano pasado es muy fácil, tenemos para ese verano un 3,4% más de turismo nacional y un 58% más de internacional , comparando esto con el año 2022 , con 5000 camas menos, seguimos en un -43% y en un -32%.

Dicho esto ellos nos contestaron que del año 2022 no lo habían hecho, también en esta próxima reunión del 21, continua el presidente les queremos preguntar sobre esos datos que han publicado de que la plazas con Alemania suben en un 80%.

O estamos mal en matemáticas o hay algún vuelo que desconocemos, ya que el crecimiento es un +50% con el verano 2023 o un -70% si es con el verano 2022 concluye D.Óscar.

Continúa el Sr. Negro relatando las tablas de llegadas con las procedencias nacionales e internacionales, como detalle destaca el gran aumento de Binter que ronda las 15.000 plazas más. Explica también sobre los datos de la charla que dio dentro de las Jornadas que realizó Fedepalma sobre "La situación actual y las previsiones"



Interviene la Sra. Francine de Viajes Canarias Europa para decir que es lo que llevan años avisando a la administración de la isla que La Palma es un destino que no es fácil de vender, creo que en parte ha sido mala suerte porque tuvimos el covid, después el volcán pero entiendo que hay dejadez de responsabilidades por parte de las administraciones que no han reaccionado. Los TT.OO, prosigue la Sra. Francine necesitan cupos que son vuelos. Si tengo

cupos vendo vuelos. Ha pasado el famoso bono turístico La Palma que ha dado paro de ventas a los TT.OO, no hay confianza con el destino.

Interviene el Sr, León para añadir que hay mucha ignorancia de como se mueve el mundo turístico, de cómo se mueven los aviones, y no saben la importancia que tiene la touroperación en que se pongan los vuelos o en que se dejen de poner. Si el TT.OO no garantiza unas plazas del avión la línea aérea, no se arriesga sola a venderla y no pone vuelos. Añade Francine que no puede ser que la touroperación llene 16 aviones en invierno y en verano sólo 3, la isla tiene potencial para llenar vuelos el problema es que no quieren. Interviene el Sr. Aurelio Castro para decir que el problema es que en verano los clientes pagan en efectivo (directo) pero existen TT.OO que en esta época no pagan ni en tiempo ni en forma, hay que estar muy encima de ellos, por ello desde los alojativos se sopesa que interesa más vender en verano y por ello nos vemos abocados a cerrar cupos porque hay que seguir pagando, añade que con Schauinsland no existe este problema.

El presidente comenta que en noviembre le convocaron a una reunión con D. Héctor Gómez Viceconsejero de Infraestructuras Turísticas del Gobierno de Canarias a la que acudí en representación del CIT y de Fedepalma, donde se nos pidió que se les pasase desde el sector los ejes de actuación , en Fitur me lo volví a encontrar y me preguntó sobre el documento a lo que le respondí que era la Consejería de Turismo del Cabildo la que había sido la encargada de hacer ese documento, pues decidimos hacer nuestra parte y enviarle por vía electrónica de parte del todo el sector empresarial incluidas Fedepalma y Faep.

Finaliza el Sr. Negro su exposición añadiendo que tenemos mucha falta en infraestructuras turísticas, nuevas y terminar lo que ya está hecho. En la diapositiva siguiente se ven todas las líneas establecidas.

El presidente aprovecha, ya que está presente para felicitar a D. Alfredo Capote y a Manuel Negro por su labor y a la asociación que fue capaz de poner gestionar todo el trabajo de esta promoción, de poner recurso propios por el bien de la isla y recordar que esta conectividad que tenemos a día de hoy fue cerrada en abril de 2023.

11. RUEGOS Y PREGUNTAS.

No hubo.

12. CONVOCATORIA DE ELECCIONES.

La gerente Dña. Dácil Pérez, pasa a leer la convocatoria de elecciones del CIT Insular La Palma:

"Tras dos años de mandato de la actual Junta Directiva llega el momento de convocar elecciones, según los términos de los estatutos de esta asociación. Tal y como se determina en los mismos: "Concluido el mandato de la Junta Directiva, se constituirá la Junta Electoral, que estará formada por dos asociados que, voluntariamente se presten a esta función; dichos asociados no podrán formar parte de alguna de las candidaturas presentadas. Corresponde a laJunta Electoral:

A) Organizar las elecciones, resolviendo sobre cualquier asunto que atañe a su desarrollo.

B) Aprobar definitivamente el censo electoral.

C) Resolver las impugnaciones que se presenten en relación al proceso electoral.

Se decide que esta Junta Electoral esté representada por D. José Arley Barrios, de Asesoría Barrios y Dña. Sabrina Rizzi Mercado, de La Pérgola Aridane.

El plazo entre la convocatoria de elecciones y la celebración de las mismas no sobrepasará los treinta días hábiles, siendo los 5 primeros de exposición de la lista de los asociados con derecho a voto; los tres días siguientes para resolver las impugnaciones al censo y su aprobación definitiva; los doce días siguientes para la presentación de candidaturas y los cinco días siguientes para resolver sobre la validez de las mismas y su proclamación definitiva. Por este motivo, siempre y cuando el proceso electoral siga su curso adecuadamente, se propone que se celebre la Asamblea Electoral ***el próximo 25 de abril****, pasando el actual Presidente y Junta Directiva a su representación en funciones.*

El Calendario Electoral quedará como sigue:

-El plazo entre la convocatoria de elecciones y la celebración de las mismas no sobrepasará los 30 días hábiles, por lo que se acordó fijar la próxima Asamblea General Extraordinaria para las votaciones el próximo 25 de abril de 2024.
-Durante los próximos 5 días se expondrá en la Oficina de Turismo de El Paso, la lista de los asociados con derecho a voto. (15-21/03/2024).
-Los siguientes 3 días serán para resolver las posibles impugnaciones al censo y su aprobación definitiva. (22-26/03/2024).
-Los 12 siguientes días para la presentación de candidaturas. (27/03/2023-11/04/2024).
Y, los 5 últimos serán para resolver sobre la validez de las mismas y su aprobación definitiva. (12-18/04/2024).

Y no habiendo más temas a tratar, el presidente levanta la sesión cuando son las diecinueve horas del día de la fecha, de todo lo cual, y de lo que trascrito queda, yo, la secretarial accidental, doy fe.

VºBº

El Presidente en funciones

El Secretario en funciones.