“FOMENTO DE ACCIONES TURÍSTICAS”

CIT INSULAR LA PALMA”

A) MEMORIA DESCRIPTIVA

1.- ENTIDAD:

1.1 Nombre: Asociación Centro de Iniciativas y Turismo Insular La Palma (CIT Insular La Palma), es una asociación sin ánimo de lucro, constituida como Asociación de empresarios turísticos en el año 2.001, conformándola en un principio empresarios vinculados al municipio de Breña Baja. Desde noviembre de 2.005, según se aprueba en Asamblea General dicho CIT, pasa a denominarse Centro de Iniciativas y Turismo Insular Tedote La Palma, ampliando su ámbito de actuación de local a insular y sumando hasta este momento más de 180 empresas unidas a nuestro proyecto, las cuales representan a más de 1.800 empleados en hoteles, apartamentos, comercios, restaurantes, alquiler de coches, empresas de ocio, etc.

A finales de septiembre de 2023, concretamente el 27 de septiembre, coincidiendo con el día del Turismo, se fusionan los dos CITs existentes en la isla y pasan a denominarse CIT INSULAR LA PALMA.

1.2 Fines: Según los estatutos de esta entidad, cuya última modificación fue aprobada por el Registro de Asociaciones de Canarias el 13 de febrero de 2.012 (previamente el 21/11/2001), concurren como fines los siguientes:

1. La promoción turística de la isla de La Palma, procurando toda clase de facilidades para que la estancia de nuestros visitantes, turistas, resulte grata, proporcionando cuantos datos, informes, etc., puedan ser de utilidad para el mejor conocimiento de nuestro entorno paisajístico y cultural.
2. Difundir las características del arte, arqueología, bellezas naturales, manifestaciones folclóricas, deportivas culturales, etc., por los medios gráficos, audiovisuales, escritos o hablados que se estime conveniente.
3. Cooperar en la organización de fiestas, manifestaciones artísticas, culturales o deportivas, exposiciones y demás certámenes culturales.
4. Formular todo tipo de Iniciativas ante las Entidades, Organismos, Corporaciones, Empresas, Asociaciones, etc. públicas o privadas, y a la opinión pública en general tendentes a acrecentar y conservar las bellezas de todo orden, instalaciones, infraestructuras, etc., proponiendo las mejoras necesarias o convenientes para la mejor utilización de sus recursos por los visitantes y ciudadanía en general.
5. Fomentar todas aquellas acciones tendentes a la mejora en la calidad de vida, propiciando además la mejora en la convivencia ciudadana, la amabilidad, la educación y el buen trato.
6. Fomentar una actuación ordenada de los promotores turísticos, favoreciendo la mejora en la calidad de su oferta y el embellecimiento de sus instalaciones, así como fomentar la formación de profesionales del turismo y la hostelería.
7. Establecer relaciones y colaboraciones con otras Asociaciones análogas, así como con las Asociaciones profesionales y empresariales relacionadas directa o indirectamente con el sector turístico y las administraciones públicas.
8. Asesorar, a todos aquellos organismos, empresas y público en general, en todos los asuntos relacionados con el turismo que le sean solicitados.
9. Interesar y estimular el respeto y conservación de los estilos arquitectónicos y conjuntos monumentales creando un clima de opinión a fin de que las nuevas construcciones guarden la armonía adecuada con el marco donde se encuadran.
10. Contribuir a la defensa y conservación del medio ambiente.
11. Representar y defender los intereses de los asociados en cuanto sea necesario para su más íntegra realización ante todos los poderes e instancias.
12. Establecer y facilitar los servicios turísticos de interés común que requieran los asociados, personas físicas o jurídicas.

13. Intervenir en cuantas otras gestiones se requieran, dentro de sus fines y misión, y que de manera directa o indirecta estén relacionadas con las actividades turísticas.

Para el cumplimiento de sus fines la Asociación organiza las siguientes actividades:

1. El objetivo primordial de este Centro basa en destacar la importancia turística de la isla de La Palma, encauzando y dirigiendo cuantos esfuerzos sean necesarios o convenientes y se encaminen de forma efectiva a aquel fin.
2. Coordina y planifica toda clase de actividades y proyectos promotores del turismo.
3. Colabora con las entidades federadas en sus respectivos programas de actuación y con los Órganos Turísticos de la Comunidad Autónoma, Cabildo, Ayuntamientos, Patronatos y cualquier sociedad de gestión, para el más solidario desarrollo turístico en todo el territorio de la Comunidad Autónoma de Canarias.
4. Promueve el estudio, conocimiento, divulgación, enseñanzas y aplicaciones a todo proceso técnico, urbanístico, económico, social, ecológico, etc. que contribuya al armónico desarrollo del turismo.
5. Colabora con organismos educativos para el fomento de la profesionalización del turismo.
6. Gestiona, propone y realiza diferentes acciones encaminadas al fomento turístico.

DESGLOSE/RESUMEN PORMENORIZADO DE ACTUACIONES, SOLICITANDO LA SUBVENCIÓN:

NOMBRE DE LA ACCIÓN	FECHA	PERIODICIDAD	DESCRIPCIÓN	PRESUPUES. TO	RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD COMERCIAL, TURISMO, CULTURA, COMPROMISO SOCIAL
Campaña de concienciación turística en la isla de La Palma: "El turismo es cosa de todos".	1 de septiembre al 15 de diciembre.	1 de septiembre al 15 de diciembre.	Contratación de un técnico para desarrollo de proyecto a 30 hrs/semana: formación, sensibilización, concienciación y difusión de la importancia del sector turístico para la isla de La Palma, dirigidas al residente de la isla.	8.000,00 €	Desarrollo de acciones de concienciación turística dirigida a residentes, con el objetivo de concienciar sobre la importancia del sector turístico en la economía insular.
Edición, impresión de material publicitario como refuerzo en la campaña de concienciación turística.	septiembre	septiembre	Material divulgativo acorde a la campaña (pegatinas + flyer)	800,00 €	Diseño, ejecución e impresión del material impreso para la ejecución de la campaña.
Campaña promocional en redes sociales en Canarias.	Entre junio y agosto (pudiendo retrasarse su comienzo a la espera de la	Entre junio y agosto (pudiendo retrasarse su comienzo a la espera de la aprobación de	Campaña de promoción en redes sociales con el objetivo de aumentar el número de visitas	10.000,00 €	Desarrollo de una campaña en redes sociales en el ámbito regional de Canarias que motive a los canarios a visitar La

	aprobación de esta memoria)	esta memoria)	y escapadas a La Palma en el ámbito regional de Canarias.		Palma y esto permita aumentar las visitas a la isla.
Gestión del proyecto	Durante la ejecución del mismo	Durante la ejecución del mismo	Gestión, coordinación y seguimiento del proyecto	2.700,00 €	Se hace necesario que un técnico gestione, coordine y ejecute el proyecto.

Campaña de concienciación "EL TURISMO ES COSA DE TODOS":

Esta campaña responde a un claro interés general, fundamentado en la capacidad dinamizadora que ejerce el sector turístico como actividad estratégica para el desarrollo económico y social de la isla de La Palma. El turismo constituye uno de los principales motores de crecimiento del territorio, destacando por su elevada capacidad para generar empleo, impulsar la actividad empresarial y contribuir a la creación de riqueza de manera sostenible.

En el contexto insular, el turismo se configura como una herramienta clave para favorecer la diversificación económica y fortalecer el tejido productivo local. Su carácter transversal permite que los beneficios derivados de la actividad turística se extiendan a múltiples sectores económicos, generando efectos positivos sobre el comercio, la restauración, el transporte, la construcción, la agricultura y otros servicios complementarios. Esta capacidad de interacción y generación de sinergias contribuye al fortalecimiento de la economía local y al incremento de las oportunidades de desarrollo para la población residente.

Asimismo, la campaña pretende reforzar la concienciación social sobre la importancia del turismo como actividad generadora de empleo y bienestar, promoviendo una mayor implicación de la ciudadanía y de los diferentes agentes económicos en la mejora de la calidad del destino y de la experiencia turística. La turismofobia que se ha despertado en los últimos tiempos solo se combate con concienciación y datos. El residente debe conocer la realidad turística insular y la importancia para nuestra economía.

Para la ejecución de las actuaciones previstas, se contempla la *contratación de una persona titulada en Turismo* (técnico superior, diplomado o graduado en turismo o similar), que será responsable de la planificación, coordinación y desarrollo de las acciones de esta campaña, así como de la implementación de las campañas de sensibilización, formación y concienciación dirigidas a los distintos colectivos destinatarios de la misma. Esta contratación permitirá garantizar la adecuada ejecución de las actividades programadas y maximizar el alcance e impacto de las actuaciones previstas. Será la persona encargada, bajo la supervisión del CIT INSULAR LA PALMA, de preparar el material impreso que le servirá de soporte en la campaña, así como la presentación y material para las jornadas de concienciación, además de la coordinación y desarrollo de la asistencia a eventos donde el público objetivo es el residente de la isla y la visita a comercios.

La finalidad de la campaña es promover, formar, sensibilizar, concienciar y difundir la relevancia del turismo como sector estratégico para el desarrollo socioeconómico de la isla de La Palma, fortaleciendo su posicionamiento como una actividad productiva, competitiva y diferenciadora, con capacidad para generar riqueza, empleo y oportunidades de desarrollo sostenible para la población local.

Esta campaña persigue los siguientes objetivos específicos:

- Promover y difundir los valores culturales, históricos, geográficos, paisajísticos, etnográficos y tradicionales que caracterizan a la isla de La Palma como destino turístico de referencia.
- Sensibilizar y concienciar a la población sobre la importancia del turismo como motor de desarrollo económico y social, destacando su contribución a la generación de empleo, la dinamización de la actividad empresarial y la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía.

- Fomentar la formación, especialización y profesionalización de la población, poniendo en valor la relación directa e indirecta existente entre los distintos ámbitos formativos y profesionales y el sector turístico, como elemento clave para la mejora continua de la calidad y excelencia de los servicios prestados.
- Fomentar el conocimiento por parte de la población de la importancia del buen trato al turista.

Para la consecución de estos objetivos, el proyecto contempla diferentes líneas de actuación dirigidas a colectivos estratégicos, favoreciendo además la interacción y colaboración entre ellos:

1) Estudiantes de Formación Profesional, Educación Primaria y/o Secundaria, Academias y/o Centros de formación:

Se desarrollarán acciones dirigidas a estudiantes vinculados, de forma directa o indirecta, con el sector turístico. Las actuaciones estarán orientadas a reforzar la importancia de la formación, la especialización y la cualificación profesional como herramientas fundamentales para mejorar la empleabilidad y alcanzar la excelencia en la prestación de servicios vinculados al turismo. Además de trasladarles la importancia del sector turístico en la economía insular y la importancia del buen trato al turista.

Mínimo una y máximo intentaremos alcanzar el mayor número posible con el técnico asignado al proyecto.

2) Comerciantes:

Se promoverán actuaciones de sensibilización y concienciación dirigidas al sector comercial (visitas a comercios), dada su condición de agente clave en la experiencia del visitante. Se trabajará especialmente en la importancia de ofrecer una atención profesional, cercana y de calidad, contribuyendo así a la mejora de la imagen del destino y a la satisfacción del turista.
Mínimo uno y máximo intentaremos alcanzar el mayor número posible con el técnico asignado al proyecto.

3) Población residente:

Se impulsarán acciones destinadas a la ciudadanía en general, fomentando su participación activa en la cadena de valor turística (asistencia a eventos con stand informativo sobre la campaña y la importancia del buen trato al turista). Estas actuaciones estarán orientadas a reforzar la concienciación sobre la importancia del turismo para el desarrollo de la isla, promoviendo actitudes de hospitalidad, convivencia y respeto hacia los visitantes, así como la comprensión del impacto positivo que las acciones individuales tienen en la percepción y experiencia global del destino.
Mínimo uno y máximo intentaremos alcanzar el mayor número posible con el técnico asignado al proyecto.

- *Aclarar que el técnico contratado será el encargado de ejecutar las acciones de las 3 líneas: concienciación a estudiantes, comerciantes y residentes.*

Campaña promocional en redes sociales en Canarias:

Desarrollo y ejecución de una campaña de promoción digital a través de redes sociales, orientada a incrementar la visibilidad y el posicionamiento de la isla de La Palma como destino turístico dentro del ámbito regional de Canarias.

La actuación tendrá como objetivo principal fomentar el aumento del número de visitas, escapadas y estancias de corta duración, mediante la difusión de los recursos naturales, paisajísticos, culturales, gastronómicos y de ocio de la isla. Para ello, se diseñarán contenidos específicos adaptados a los distintos canales digitales, dirigidos a potenciales visitantes residentes en Canarias, con especial atención a aquellos segmentos interesados en experiencias vinculadas al turismo activo, de naturaleza, cultural y de descanso.

La campaña contribuirá a reforzar el conocimiento del destino, estimular la demanda turística de proximidad y favorecer la dinamización económica local, impulsando el consumo de servicios turísticos, comerciales y complementarios en la isla.

Esta actuación pretende contribuir al incremento del flujo de visitantes procedentes del mercado regional, fortaleciendo el turismo de proximidad y generando un impacto positivo en la actividad económica local, especialmente en los sectores vinculados al alojamiento, la restauración, el comercio y los servicios turísticos.

De manera específica, la actuación persigue incrementar el número de escapadas y estancias en La Palma procedentes del mercado canario, reforzando el conocimiento y la consideración del destino entre los potenciales visitantes. Asimismo, se pretende posicionar La Palma como uno de los destinos de referencia para las vacaciones de verano dentro del ámbito regional, destacando sus recursos naturales, culturales, gastronómicos y de ocio.
Se busca captar leads y consultas directas de potenciales visitantes, fomentando su conversión en reservas efectivas y contribuyendo así al incremento de la actividad turística y al fortalecimiento del tejido económico vinculado al sector en la isla de La Palma.

La campaña se articula en torno a tres ejes creativos que se activarán de forma combinada a lo largo de todo el periodo:

Eje 1 · Experiencias únicas en La Palma:

-Contenido visual de alto impacto: astroturismo, rutas de naturaleza, playas volcánicas, senderismo.
-Gastronomía local auténtica: quesos, vinos, mojo, papas arrugadas y restaurantes con encanto.
-Cultura y fiestas: eventos de verano, artesanía, patrimonio histórico.

Eje 2 · Facilidad de acceso interinsular:

-Destacar conexiones aéreas y marítimas directas desde cada isla.
-Mensajes orientados a la espontaneidad: «La Palma está más cerca de lo que crees».
-Acuerdos o menciones de aerolíneas y navieras para reforzar la accesibilidad.

Eje 3 · Llamadas a la acción directas:

-«Planifica tu escapada este verano», «Descubre La Palma en 3 días», «¿Ya has reservado tu vuelo?»

-Promociones especiales ligadas a fechas clave del calendario veraniego.
-Remarketing a audiencias que hayan visitado las webs o interactuado con los anuncios.

B) MEMORIA ECONÓMICA

El presente proyecto se valora, entre otras cosas y sobre todo, con el esfuerzo y tiempo de dedicación, coordinación y conformación de las diferentes actividades que se desarrollan en línea siempre con las directrices determinadas por cada una de las partes implicadas.

1. PRESUPUESTO:

Tal y como se anexa a esta memoria, el presupuesto planteado para mantener este proyecto en el que trabajamos supone un coste total de **21.500,00 €** para los que se solicita financiación a través subvención nominativa para la financiación de los gastos derivados del proyecto "FOMENTO DE ACCIONES TURÍSTICAS" del CIT INSULAR LA PALMA.

CONCEPTO	PRESUPUESTO
Contratación de 1 técnico para desarrollar la campaña de concienciación turística: "El turismo es cosa de todos".	8.000,00 €
Diseño e impresión material impreso (flyer, pegatina)	800,00€
Campaña promocional en redes sociales en Canarias	10.000,00€
Gestión del proyecto	2.700,00 €
TOTAL	**21.500,00 €**

La superación del presupuesto de los 15.000 € a la dotación de esta subvención responde al criterio de valoración en el que se valora la **corresponsabilidad en financiación del programa por la propia entidad: la entidad cuenta con fondos propios como aportación y colaboración para desarrollar este proyecto.**

2. CONCLUSIONES:

El CIT Insular La Palma cuenta con una amplia trayectoria de trabajo y colaboración con los principales agentes públicos y privados vinculados al sector turístico de la isla. Esta experiencia, unida al proceso de integración de los dos Centros de Iniciativas Turísticas de La Palma culminado en 2023, ha consolidado a la entidad como uno de los principales referentes en materia de promoción, dinamización y desarrollo turístico insular.

La colaboración permanente con los distintos ayuntamientos de la isla y la participación en la gestión de servicios de información turística permiten mantener un contacto directo y continuo con los visitantes. Esta circunstancia facilita la obtención de información actualizada sobre la percepción del destino, el grado de satisfacción de los turistas y las necesidades o demandas detectadas durante su estancia, aportando una visión real y objetiva que resulta fundamental para la toma de decisiones y la mejora continua de la oferta turística.

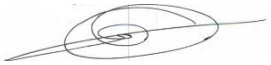
Por otra parte, la estrecha relación que mantiene la entidad con empresas y profesionales vinculados al sector turístico, tanto de forma directa como indirecta, proporciona un conocimiento detallado de la realidad económica y social de la isla. Este contacto constante permite analizar la evolución de la actividad turística, su incidencia en la economía insular, la situación del empleo y las necesidades de cualificación y formación de la población, favoreciendo

el desarrollo de acciones de sensibilización y concienciación sobre la importancia estratégica del turismo para La Palma.

Asimismo, esta red de colaboración facilita el acceso a información relevante sobre las tendencias del mercado turístico, las estrategias de comercialización de los principales operadores, las posibilidades de mejora de la conectividad aérea, los acuerdos con turoperadores y la percepción que los diferentes agentes del sector tienen sobre la situación turística y económica de la isla. Todo ello permite identificar oportunidades de mejora y promover actuaciones orientadas al fortalecimiento de la competitividad del destino.

Las actividades descritas en la presente memoria forman parte de una línea de trabajo consolidada que el CIT Insular La Palma viene desarrollando de forma continuada. A través de este proyecto se pretende dar continuidad a dichas actuaciones, incorporando nuevas iniciativas y herramientas que contribuyan a mejorar la promoción turística de la isla, fortalecer su posicionamiento como destino de calidad y favorecer una percepción positiva y diferenciada entre los visitantes y potenciales turistas.

En El Paso, a 18 de junio de 2026.



Oscar F. León Díaz Presidente