

CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE A AXENCIA DE TURISMO DE GALICIA E A ASOCIACIÓN CLÚSTER EMPRESARIAL DE TURISMO DE GALICIA (CTG) PARA A PROMOCIÓN E MELLORA DA COMERCIALIZACIÓN DE GALICIA COMO DESTINO TURÍSTICO.

MEMORIA XUSTIFICATIVA

O xerente de Turismo de Galicia

DECLARA:

Que esta Axencia Turismo de Galicia formalizou coa Asociación Clúster Empresarial de Turismo de Galicia (en adiante CTG) o instrumento convencional arriba referido por un período de vixencia que abrangue dende o día seguinte da súa sinatura ata o 31 de decembro de 2027.

Que o instrumento convencional ten por obxecto o outorgamento dunha subvención directa para sufragar os gastos derivados das actividades orientadas cara unha mellor chegada dos operadores turísticos a mercados nacionais e internacionais, as actividades que poidan servir de soporte a mellora da comercialización e todas aquelas actividades que sirvan para unha correcta execución do presente convenio.

Dita subvención busca como finalidade establecer entre a Axencia de Turismo de Galicia e o Clúster de Turismo de Galicia unha serie de liñas de acción e actuacións entre as que se encadran as seguintes medidas:

- Accións para traballar con mercados obxectivo: viaxes de familiarización, viaxes de prescrición, workshops, etc. que busquen un reforzamento da marca turística de Galicia e a mellora na súa comercialización.
- Organización e participación en feiras, congresos, exposicións, xornadas técnicas, encontros e seminarios de carácter turístico que impulsen a promoción e comercialización de Galicia como destino turístico.
- Proxectos de marketing tanto online como offline, que actúen como ferramenta de información, difusión e, por tanto, axuden na comercialización.



- Actuacións encamiñadas á definición, creación e/ou mellora da comercialización dos produtos turísticos de Galicia, en especial os definidos na Misión 1: Galicia, Destino auténtico e diferencial da Estratexia de Turismo de Galicia 2030.
- Publicacións e material promocional de apoio específico para á promoción e difusión do turismo de Galicia.
- Actuacións que permitan a mellora na comercialización ou un maior coñecemento do que acontece no mercado.
- Campañas de publicidade e plans de promoción.
- Outras actuacións que se atopen vinculadas a mellora da posición da marca Galicia como destino turístico, a promoción do mesmo, a conformación de produtos ou a mellora da comercialización.

Que existe converxencia de intereses entre as entidades asinantes en orde á consecución obxecto referido.

Que o instrumento convencional que se pretende asinar se **fundamenta** no seguinte:

Primeiro.- Que a Axencia Turismo de Galicia, en virtude do disposto no artigo 9 do Decreto 196/2012, do 27 de setembro polo que se crea a Axencia Turismo de Galicia, é a entidade da Xunta de Galicia á que lle corresponde o exercicio, entre outras, das competencias en materia de fomento e competitividade do turismo.

Segundo.- Nestes últimos anos, a existencia dun convenio de colaboración para a Promoción e mellora da comercialización formalizado entre Turismo de Galicia e o Clúster de Turismo de Galicia, permitiu alinear estratexias e esforzos tanto dende o punto de vista privado coma público, o que favoreceu a abordaxe de determinados mercados tanto nacionais como internacionais, a elaboración de actividades e propostas que faciliten a mellora na comercialización, e a creación e consolidación de produto turístico. Ambas entidades consideran necesario seguir cos esforzos conxuntos para levar a cabo accións orientadas á promoción e á mellora da comercialización de Galicia como destino turístico, favorecendo a expansión cara novos mercados.

Terceiro.- Que a asociación sen ánimo de lucro CTG, constituída o 20 de xuño de 2013, é a única entidade en Galicia que agrupa e representa a toda a cadea de valor do sector turístico de Galicia, cuxa finalidade é a representación, defensa e difusión dos intereses comúns dos



seus membros, o fomento das actividades principais ou nucleares da cadea de valor do turismo (actividades de apoio, actividades centradas no subministro e actividades centradas no equipamento) así como o incremento da competitividade do sector turístico para o cal realizará cantas accións estime necesarias, promovendo e impulsando a interacción dos distintos axentes co fin de dinamizar e fomentar as relacións entre eles, proporcionando unha plataforma de encontro axeitada para poder cumprilo reto de desenvolver o sector do turismo en Galicia.

Cuarto.- O encadramento deste convenio na Estratexia de Turismo de Galicia 2030 é múltiple e cada unha das accións ten unha vinculación directa tanto nas 8 misións definidas na estratexia, como nas 64 medidas que se derivan das citadas misións. A continuación indicamos como as actividades do convenio apuntan, cando menos, ás seguintes misións e accións operativas da propia Estratexia de Turismo de Galicia 2030:

Vinculación coa Misión 1. Galicia Destino auténtico e diferencial. Nesta liña atópanse as medidas que fan de Galicia un destino diferente e único, xa que se refiren a aqueles atributos que permiten afirmar a autenticidade e os sinais de identidade que converten a experiencia turística en Galicia diferente a outros destinos. Son valores e atributos cos que se pode xogar para establecer estratexias de promoción diferenciadas e que precisamente no Eixo 3 do presente convenio (Instrumentos de apoio para a promoción e mellora da comercialización) poderanse atopar actuacións que axuden a potenciar esta primeira Misión da Estratexia.

A Misión 3. Promoción, Comercialización, Desestacionalización e Internacionalización, é a que ten un encaixe máis directo e inmediato coas actuacións definidas no marco deste convenio, especialmente no derivado nos eixos 1 (Mellora na comercialización e promoción do turismo nacional e de proximidade) e 2 (Mellora na comercialización e promoción do turismo internacional). Concretamente existe unha relación directa entre as accións operativas:

3.2 Excelencia na promoción turística, xa que parte das actividades e instrumentos de apoio que se executarán no presente convenio e teñen que ver coa promoción turística, procurando a integración e a complementariedade coa estratexia de difusión e promoción turística de Galicia.



3.3 Eventos e estratexias desestacionalizadoras, debido a que boa parte das actividades orientadas a mellorar a comercialización turística tratarán precisamente de lograr unha mellor distribución das vendas, potenciando momentos e épocas cunha menor afluencia turística en Galicia.

3.4 Estratexias en mercados exteriores, especialmente no vinculado ao Eixo 2 do convenio que se orienta esencialmente cara a mercados estranxeiros.

O espírito das accións mantén tamén unha vinculación clara e directa coa Misión 4. Rendibilidade empresarial e competitividade, xa que as accións oriéntanse esencialmente a operadores privados que son os que comercializan, venden e prestan os servizos turísticos. Dunha forma mais concreta, existe un vínculo directo coa medida 4.5 Rede de apoio activa no exterior, posto que é necesaria unha coordinación para abordar mercados que permitan un maior retorno económico e social para a nosa comunidade.

A formalización dun convenio é en si mesma unha práctica que se integra directamente na Misión 6. Gobernanza do destino, no sentido de formalizar unha colaboración e participación do sector privado para conseguir os fins definidos na Estratexia. Adicionalmente tamén se pode considerar na Misión 7: Intelixencia turística e transformación dixital, especialmente na acción operativa 7.8 Mellora na comercialización dixital.

As actividades a realizar no marco deste convenio concréntanse en 4 grandes eixos que a súa vez desagreganse en accións:

Eixo 1. MELLORA NA COMERCIALIZACIÓN E PROMOCIÓN DO TURISMO NACIONAL E DE PROXIMIDADE

1.1 Participación en feiras, congresos e eventos cunha orientación marcadamente promocional de carácter nacional, autonómico ou local. Organización de viaxes de promoción.

1.2 Participación en actividades, reunións e encontros técnicos cun enfoque orientado a mellora da comercialización. Elaboración de análises, estudos e desenvolvemento de accións que permitan mellorar a comercialización turística. Organización de viaxes de familiarización cara a canais de venda ou workshops.



Eixo 2. MELLORA NA COMERCIALIZACIÓN E PROMOCIÓN DO TURISMO INTERNACIONAL

2.1 Participación en feiras, congresos e eventos cunha orientación marcadamente promocional de carácter internacional. Organización de viaxes de promoción.

2.2 Participación en actividades, reunións e encontros técnicos cun enfoque orientado a mellora da comercialización. Elaboración de análises, estudos e desenvolvemento de accións que permitan mellorar a comercialización turística. Organización de viaxes de familiarización cara a canais de venta ou workshops

Eixo 3. INSTRUMENTOS DE APOIO PARA A PROMOCIÓN E MELLORA DA COMERCIALIZACIÓN A través deste eixo inclúense a realización de iniciativas que favorezan a mellora nos procesos de venda intermediada (grosistas, receptivos, retallistas e plataformas dixitais) e na comercialización directa, xa sexa como obxectivo principal ou mediante mecanismos que acheguen valor (segmentación, propostas de recursos diferenciais, etc.). Estrutúrase nas seguintes accións:

3.1 Análise, estudos e actividades de apoio, elaboración de materiais que contribúan á mellora da comercialización privada

3.2 Actividades de mellora na comercialización, fomento de clubs de produto turístico e outras accións que axuden na promoción turística

4. COORDINACIÓN E DIRECCIÓN DE ACCIÓNS NO MARCO DO CONVENIO

Quinto.- V. Que a Axencia de Turismo de Galicia, para fomentar a colaboración público privada na consecución destes fins comúns, considera conveniente colaborar co CTG, coa sinatura deste convenio, que permita a consecución dos obxectivos sinalados e continúe os resultados dos convenios asinados desde o ano 2019, o que redunda no desenvolvemento do sector turístico da nosa Comunidade Autónoma.

Que deste xeito, a través deste convenio de colaboración, instruméntase a concesión directa dunha subvención ao abeiro do disposto nos artigos 19.4.c) e 26.2 a) da Lei 9/2007, do 13 de xuño, de subvencións de Galicia, e 36.c) e 40.1a) do Regulamento da dita lei, aprobado polo Decreto 11/2009, do 8 de xaneiro, concorrendo, segundo se expón, razóns de interese público



para o outorgamento da subvención. Así mesmo, polas razóns expostas no expoñendo anterior, ao ser o Clúster a única entidade en Galicia de tal natureza, que aglutina a toda a cadea de valor do turismo da nosa Comunidade autónoma, non procede a realización dunha convocatoria pública, para os efectos do devandito artigo 26.2.a).

Que os intereses converxentes das partes asinantes exclúen o ánimo de lucro, e non poden satisfacerse axeitadamente mediante a celebración dun contrato dos contemplados na Lei 9/2017, do 8 de novembro, de contratos do sector público, pola que se transpoñen ao ordenamento xurídico español as Directivas do Parlamento Europeo e do Consello 2014/23/UE e 2014/24/UE, de 26 de febreiro de 2014, ou doutro instrumento alleo á natureza estritamente convencional.

En atención ao exposto, e a fin de dar cumprimento ao preceptuado no artigo 15.2. da Lei 1/2016, do 18 de xaneiro, de transparencia e bo goberno, estímase xustificado o recurso á sinatura do instrumento convencional que se pretende, con exclusión doutras figuras.

E para que conste, asíñase esta memoria, en Santiago de Compostela

O xerente de Turismo de Galicia

Antonio Casas Calviño

