



CONTINGUT PRESSUPOST **MALGRAT TURISME, SL** EXERCICI 2015

1. Estat de previsió d'ingressos i despeses	03
2. Pressupost de Capital	04
3. Memòria	05
4. Annex I: Quadre de Previsió d'ingressos i despeses	26
5. Annex II: Quadre de Pressupost de Capital	27
6. Còpia de l'acta del Consell d'Administració 11.11.2014	28

1. ESTAT DE PREVISIÓ D'INGRESSOS I DESPESES

ESTAT DE PREVISIÓ D'INGRESSOS I DESPESES ANY 2015 MALGRAT TURISME, SL

PREVISIÓ INGRESSOS

70	VENDES DE SERVEIS	32.200,00 €
	Prestació de serveis	32.200,00 €
74	SUBVENCIONS	254.000,00 €
	Subvenció de l'Ajuntament de Malgrat de Mar	254.000,00 €
75	ALTRES INGRESSOS DE GESTIÓ	27.500,00 €
	Altres ingressos	27.500,00 €
	TOTAL	313.700,00 €

PREVISIÓ DESPESES

62	SERVEIS EXTERNS	170.200,00 €
	Serveis professionals, subministres i externs	170.200,00 €
64	DESPESES DE PERSONAL	143.500,00 €
	Sous i salaris	106.000,00 €
	Seguretat Social a càrrec de l'empresa	34.100,00 €
	Altres despeses socials	3.400,00 €
	TOTAL	313.700,00 €

RESUM

TOTAL INGRESSOS 2015	313.700,00 €
TOTAL DESPESES 2015	313.700,00 €
RESULTAT 2015	0,00 €

2. PRESSUPOST DE CAPITAL

PRESSUPOST DE CAPITAL MALGRAT TURISME, SL

ESTAT DE DOTACIONS

1. IMMOBILITZAT MATERIAL	0,00
2. IMMOBILITZAT MATERIAL	0,00
3. INVERSIONS FINANCERES EN EMPRESES DEL GRUP	0,00
4. INVERSIONS FINANCERES EN EMPRESES DEL GRUP	0,00
5. DESPESES AMORTITZABLES	0,00
6. REEMBORSAMENT DE CRÈDITS	0,00
7. VARIACIÓ DEL FONS DE MANIOBRA	0,00
TOTAL	0,00

ESTAT DE RECURSOS

1. SUBVENCIONS DE CAPITAL REBUDES	0,00
2. APORTACIONS DE CAPITAL	0,00
3. AUTOFINANÇAMENT	0,00
4. FINANÇAMENT ALIÈ	0,00
5. ALIENACIÓ D'INVERSORS	0,00
TOTAL	0,00

RESUM

TOTAL DESPESES DE CAPITAL 2015	0,00
TOTAL INGRESSOS DE CAPITAL 2015	0,00
RESULTAT 2015	0,00

3. MEMÒRIA

MEMÒRIA MALGRAT TURISME, SL

INTRODUCCIÓ

Els objectius de l'ens de gestió turística MALGRAT TURISME, SL amb NIF B-65324220, creat com a societat mercantil de titulariat pública amb capital social 100% de caràcter públic, són:

1. Propagar els atractius turístics que posseeix Malgrat de Mar i el seu entorn.
2. Promocionar el municipi a nivell nacional i internacional en qualsevol època de l'any.
3. Organitzar i/o col·laborar en tota classe d'esdeveniments amb finalitats de promoció .
4. Executar accions derivades del Pla Estratègic de Turisme de Malgrat de Mar.
5. Canalitzar tota classe d'iniciatives públiques o privades, per a l'expansió i millora dels serveis turístics de Malgrat de Mar.
6. Col·laborar en el desenvolupament d'accions gestionades i organitzades per altres organismes relacionats amb el turisme de Malgrat de Mar, que puguin contribuir al foment de la indústria turística del municipi, especialment a través de la creació de nous productes turístics.
7. Col·laborar amb altres organismes d'índole turística en el desenvolupament de la indústria turística de Malgrat de Mar.

Les activitats programades s'orientaran en dues grans àrees:

- Promoció i difusió de Malgrat de Mar i el seu entorn
- Disseny i desenvolupament de productes turístics.

PROCESSOS ENTITAT

El model de processos de la Societat és el següent:

1. Processos estratègics:

1.1. Investigació turística:

- a. Estudis i investigacions mercat turístic: Mesures i actuacions per desenvolupar un mercat turístic sostenible a Malgrat.
- b. Seguiment d'estratègies i criteris de comercialització d'operadors turístics
- c. Identificació oportunitats i suport a projectes turístics.
- d. Propostes i recomanacions a altres institucions en temes de planificació, ordenació, difusió, promoció, foment i comercialització turística.

1.2. Planificació estratègica:

- a. Gestionar i controlar el Pla Estratègic de Turisme a Malgrat de Mar.
- b. Proposar polítiques, estratègies i objectius a mig i llarg termini i executar els plans d'actuació a curt termini.
- c. Establir models i procediments de planificació, pressupostos i control de gestió a aplicar a l'ens i gestió de projectes que integrin els plans de la Societat.

1.3. Sistema de gestió

- a. Impulsar, proposar i gestionar l'organització, actualització i optimització dels sistemes de gestió interna.
- b. Proposar, impulsar i gestionar la implantació, aplicació, desenvolupament i manteniment actualitzant el sistema de gestió de la qualitat de l'entitat.

2. Processos operatius

2.1. Innovació i qualitat turística

- a. Vigilar l'evolució del mercat turístic en matèria d'innovació, desenvolupament de productes i serveis turístics i de sistema de gestió de les activitats turístiques.
- b. Realitzar estudis sobre la identificació i posada en valor de nous recursos turístics al municipi i sobre el potencial de negoci.
- c. Impulsar i gestionar la realització d'accions d'investigació i disseny de productes turístics innovadors aplicables a Malgrat de Mar.
- d. Proposar i gestionar la realització de campanyes, fòrums, esdeveniments, accions de formació pel foment de la innovació turística de Malgrat.
- e. Proposar i fomentar inversions i ajudes públiques pel foment de la innovació turística.
- f. Proposar i gestionar l'execució de plans de qualitat en destinació, de millora de l'oferta turística i accions destinades al sector turístic del municipi (agents implicats).
- g. Establir mecanismes per a l'avaluació de la qualitat de les activitats del sector i desenvolupar accions d'auditoria i seguiment de la qualitat dels productes i serveis.
- h. Promoure l'obtenció i manteniment de les certificacions de qualitat del sector privat i impulsar i consolidar el SICTED.

2.2. Gestió de comunicació i turisme

- a. Elaborar, proposar, mantenir i vetllar per l'aplicació dels manuals d'ús i gestió de la imatge de marca de Malgrat de Mar i d'identitat corporativa.
- b. Gestionar l'edició i producció de material imprès i multimèdia de promoció i comercialització.
- c. Gestionar l'ús de la marca Malgrat de Mar.
- d. Proposar i aplicar la política informativa i de relacions amb els mitjans de comunicacions, nacionals i estrangers.

2.3. Desenvolupament turístic i productes turístics

- a. Proposar, propiciar la concertació i coordinar l'aplicació de la política de desenvolupament turística en base al Pla Estratègic de Malgrat de Mar.
- b. Impulsar el contacte permanent amb els agents institucionals, empresarials i socials de Malgrat en relació a matèries relacionades amb el desenvolupament turístic.
- c. Impulsar i afavorir el desenvolupament de projectes i iniciatives turístiques d'interès general.
- d. Proposar i gestionar campanyes de sensibilització i educació ciutadana sobre la importància i el paper de l'activitat i del sector turístic a Malgrat de Mar.
- e. Promoure i fomentar el desenvolupament empresarial, professionalització de la gestió turística i formació dels empleats del sector.
- f. Impulsar i gestionar la realització d'esdeveniments d'interès turístic i de tot tipus d'activitats culturals, artístiques, esportives i recreatives amb impacte turístic.
- g. Participació en actuacions de millora de senyalització informativa, turística i direccional; defensa del paisatge i valors turístics; adequació estructures i serveis d'oferta protecció i desenvolupament de l'entorn.
- h. Promoure el desenvolupament de les infraestructures turístiques i creació d'equipaments culturals i recreatius d'interès turístic.
- i. Proposar i gestionar projectes d'identificació, conservació i millora de recursos turístics.
- j. Proposar i elevar als òrgans competents la realització d'inversions i ajudes públiques destinades al desenvolupament turístic del municipi.
- k. Proposar i participar en el desenvolupament de vies de cooperació amb altres entitats de desenvolupament turístic en destinació.
- l. Impulsar, promoure i consolidar productes turístics actuals i futurs: Mercat de sol i platja, turisme familiar, reunions i congressos, turisme esportiu i de salut.

2.4. Comunicació

- a. Proposar i gestionar plans i activitats de comunicació dels recursos i oferta de l municipi en els mercats nacionals i internacionals.
- b. Impulsar la presència de Malgrat en mitjans de comunicació nacionals i internacionals.
- c. Promoure, organitzar, recolzar i participar en Famtrips, Prestrips, coordinant-ho amb institucions i empreses proveïdores per a desenvolupar els programes de visites.
- d. Promocionar Malgrat de Mar com a seu de congressos fires, convencions, seminaris i activitats esportives d'interès especial.
- e. Proposar i gestionar campanyes publicitàries sobre recursos i oferta turística.
- f. Gestionar el subministrament de material informatiu, publicitari i de comercialització a l'exterior (directoris d'empreses i serveis turístics) i participació en fires i certàmens a l'exterior.
- g. Gestionar l'ús de la marca de Malgrat de Mar.

2.5. Concertació amb agents i operadors

- a. Proposar, propiciar concertació i coordinar l'aplicació d'una política comuna de promoció turística dels diferents agents institucionals que actuen a Malgrat de Mar.
- b. Buscar informació dels mercats emissors definint objectius i estratègies específiques de promoció i comercialització per a cadascun.
- c. Impulsar, organitzar i fomentar de manera conjunta amb altres destinacions la realització de missions comercials adreçades als mercats emissors amb fins promocionals de l'oferta turística de Malgrat de Mar.
- d. Promoure i incentivar la consecució d'acords amb operadors i prescriptors de demanda turística en els mercats emissors per captar i atraure demanda turística en el marc de l'estratègia de marca de Malgrat de Mar. Campanyes de promoció i comercialització dirigits al consumidor final.
- e. Desenvolupar concerts econòmics per al finançament de campanyes de promoció i suport a la comercialització dels productes i serveis.
- f. Realitzar convenis i concerts amb institucions públiques i privades per a la creació, coordinació i desenvolupament d'accions per a la promoció en mercats emissors.
- g. Impulsar i desenvolupar vies de cooperació amb altres entitats de promoció turística en els mercats emissors.

2.6. Informació turística

- a. Liderar la constitució i manteniment dels punts d'informació turística.
- b. Vetllar per la correcta gestió en recursos humans i que aquesta s'adeqüi al volum de demanda d'informació.
- c. Gestionar la prestació de serveis d'informació turística.
- d. Difondre els recursos turístics i l'oferta de la indústria turística de Malgrat de Mar.
- e. Proposar, fomentar i gestionar un pla de formació i perfeccionament del personal adscrit a les oficines de turisme.
- f. Gestionar la distribució del material de difusió.
- g. Respondre a les demandes d'imatges i informació turística requerides.
- h. Organitzar, coordinar i supervisar el registre d'atenció de turistes.

2.7. Avaluació de la satisfacció del client

- a. Realitzar estudis de mercat i d'opinió sobre la satisfacció dels turistes en destinació.
- b. Seguiment dels índexs reals vetllant per la resposta a queixes i suggeriments proposant actuacions i mesures que permetin millorar la satisfacció dels mateixos, pautes marcades en el SICTED

2.8. Gestió de relacions

- a. Gestionar les relacions amb clients finals, reals i potencials, amb vistes a incrementar el seu grau de fidelització, creant i fent ús d'instruments de fidelització i dissenyant accions de marketing dirigides al client final.

3. Processos de suport

- 3.1. Gestió de recursos humans
- 3.2. Gestió de recursos financers
- 3.3. Gestió de recursos materials i serveis externs
- 3.4. Gestions de recursos d'informació
- 3.5. Gestió de l'àrea i d'altres

TURISME SOSTENIBLE

Tradicionalment, el desenvolupament turístic a Malgrat de Mar s'ha basat en un model de creixement extensiu:

- Un sistema de gestió que fixa com objectiu bàsic el creixement del nombre de visitants.
- La prioritització dels beneficis a curt termini, en detriment dels efectes a mig i a llarg termini.
- Una presència molt lleu de la cultura i les tradicions locals en la configuració de l'oferta turística.
- Una pressió molt forta sobre el medi ambient, que ha generat impactes greus en el medi físic i ha deteriorat la qualitat ambiental i paisatgística del territori.

A la dècada dels 90 es van iniciar noves vies de desenvolupament com a conseqüència d'un canvi tant en la demanda com en l'oferta turístiques. Aquest canvi en la concepció del turisme s'inscriu en un context més ampli: la implicació de models de desenvolupament sostenible, que procurin conciliar el desenvolupament econòmic, la justícia social i la gestió eficient dels recursos naturals.

Que Malgrat de Mar aposti per un turisme sostenible és, en essència, apostar per un turisme planificat, integrat, obert, mesurat, participatiu, durador i viable. La planificació turística de Malgrat de Mar implica una anàlisi acurada de les condicions del present i de les perspectives futures i la presa de decisions a partir de la informació sobre les diverses variables que intervenen en el procés turístic: econòmiques, ambientals, socials i territorials. Aquest és un pas necessari per elaborar una estratègia de sostenibilitat. Així doncs, ens cal un turisme integrat en la riquesa cultural i econòmica del lloc, on l'oferta turística sigui el resultat natural dels recursos locals: les formes arquitectòniques, els esdeveniments festius, la gastronomia, els recursos naturals....

Malgrat de Mar aposta per un turisme interactiu, amb la participació de tots els agents que intervenen en el procés turístic: empreses turístiques, administració local i supramunicipal, població resident i visitants.

MALGRAT TURISME, SL té marcat com a objectiu general coordinar recursos i serveis i donar eines vàlides i actualitzades per dinamitzar el desenvolupament econòmic, turístic i social del municipi donant resposta a les necessitats que es van detectant.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

El concepte de la planificació estratègica turística s'uneix a quelcom codificat, dins del qual s'inclouen la identificació dels mercats, la justificació de les decisions a prendre, la fixació dels objectius operacionals, la capacitat d'emprendre accions i la precisió dels instruments de control. Malgrat això, la planificació estratègica de turisme és un procés continu i flexible, per la qual cosa ha d'existir la capacitat d'adaptació a les circumstàncies canviants.

Perquè es pugui desenvolupar una estratègia turística a Malgrat de Mar, és necessària la presència de quatre components:

1. Que existeixin oportunitats de mercat
2. Recursos i competències
3. Valors i aspiracions personals o institucionals
4. Reconeixement de les obligacions

Malgrat de Mar compta amb aquests elements per desenvolupar una estratègia, però cal un canvi d'estratègia que permeti la recuperació de l'interès i de l'atractiu que el turisme del municipi ha tingut durant més de 50 anys i també la millora de la competitivitat de l'empresa turística, aprofitant les noves oportunitats que apareixen.

Els objectius bàsics que cal tenir en compte per una adequada planificació estratègica són:

- Identificar alternatives
- Adaptar-se als canvis
- Mantenir la diferència
- Crear les condicions desitjables
- Evitar les situacions indesitjables

El principal objectiu del Pla d'accions és establir un enfocament de desenvolupament sostenible. Aquest enfocament implica que els recursos naturals i culturals del turisme es conservin per un ús continu de futur, mentre segueix beneficiant a la societat actual. Aquesta nova estratègia que es pretén, ha d'accentuar la integració del sector turístic dins l'economia municipal potenciant el desenvolupament assolit pel sector d'allotjament, promovent la millora en la qualitat, la creació de nova oferta complementària i afavorint la millora competitiva del sector.

Hem d'aconseguir que l'administració pública i el sector privat intervinguin activament en la planificació estratègica del turisme per possibilitar una major prosperitat en el municipi i rentabilitzar la conservació dels recursos natural i socioculturals.

Hem de facilitar el desenvolupament de nous productes turístics, estimulants aquesta activitat com un element de dinamització econòmica, per involucrar tots els agents del municipi i reordenant els recursos que fins ara no s'havien tingut en compte: Patrimoni cultural, patrimoni natural, sectors de restauració, comercial i evidentment el sector d'allotjament lligat amb el d'agències de viatges. Hem d'aconseguir més inversions i que siguin rendibles, tant pel sector públic (infraestructures,

equipaments, serveis,...) com del sector privat (instal·lacions i serveis d'hotels, càmpings, restauració i comerç) ja que una major inversió comporta a la llarga un increment de la producció i crea nous llocs de treball.

El desenvolupament turístic ha de contribuir a estimular l'activitat i el dinamisme de les persones i de la comunitat com a condició per millorar i enfortir la qualitat de vida. Hem de treballar per aconseguir un Malgrat de Mar dinàmic i actiu i poder oferir un marc i unes condicions atractives, amb personalitat pròpia i amb garanties d'eficàcia pel gaudiment d'experiències de lleure gratificants.

ACTIVITAT TURÍSTICA A MALGRAT DE MAR 2011-2012

L'empresa DYM conjuntament amb la Diputació de Barcelona i Turisme de Barcelona va presentar a principis de l'any 2013 un informe de resultats, on es va analitzar l'activitat turística a la costa de la província de Barcelona durant els anys 2011 i 2012. L'àmbit d'estudi va ser la costa de la província de Barcelona, excloent Barcelona ciutat. Les entrevistes es van realitzar en un total de 15 municipis, estructurant la mostra a nivell de municipis, comarques i marques turístiques.

D'aquest informe de resultats es desprenen les següents dades aplicables al nostre municipi:

L'edat majoritària de les enquestes realitzades a Malgrat de Mar és el grup format per a persones de 35 a 64 anys: 62,4% enfront el 60% de Costa Barcelona Nord. També cal ressaltar que el grup de 55 a 64 anys és superior.

En quant al gènere hi molta paritat entre els homes i dones enquestats (51,3% homes – 48,7% dones), i les dades són molt similars als de la marca Costa de Barcelona Nord: 54,6% homes – 45,4% dones

En quant a la professió es detecten 8 punts de diferència a la baixa en quant a la categoria de Treballador especialitzat si ho comparem amb Costa Barcelona Nord (29,7% a Malgrat – 37,2% Costa Barcelona Nord). Sobta el 12,1% de jubilats sobre el 8,4 % de Costa Barcelona Nord i el 6,2% de Santa Susanna. I més quan sabem que Malgrat no treballa amb l'Imsero. L'única explicació és que tenim un client molt fidel i que fa molts anys que ve a Malgrat de Mar.

Durada de l'estada: En general les pernoctacions curtes a Costa Barcelona Nord tenen un pes més baix que en el marc global de la marca Costa de Barcelona:

1-2 nits: Costa Barcelona 8% - Costa Barcelona Nord 5,6% - Malgrat de Mar 5,3%.

+ de 5 nits: Malgrat de Mar 71,6 % - Costa Barcelona Nord 65,5% - Costa Barcelona 53,1%.

Malgrat de Mar té unes xifres superiors pel que fa a llargues estades, fet que implica una gran importància del pes del paquet turístic a la nostra població.

Motivació: 79,2% vacances (5 punts per sobre de Costa Barcelona), 30,7% platja (7 punts per sota de Costa Barcelona) i 22,5% clima (7 punts per sobre de Costa Barcelona) 2,6% ambient (1,5 punts per sobre Costa Barcelona)

Fidelització: Important la dada de 3-5 vegades 11,2% i de + de 5 vegades 7.8% per sobre de la mitjana de Costa de Barcelona. Aquesta dada corrobora el perfil jubilat – repetidor . 1,99% de mitjana enfront el 1,29% de Costa Barcelona.

Despesa: Segons aquest estudi, es desprèn que Malgrat de Mar supera amb 3 punts el percentatge que correspon a tota la marca turística en el grup de despesa de 401-500€ durant l'estada, tot i que el grup majoritari és de 50 a 300 €: 62,8%

Valoració: La nota global és d'un 8. Aquesta nota està dues dècimes per sobre de la valoració genèrica de la Costa de Barcelona.

Transport fins a destí: El mitjà de transport més utilitzat és el cotxe 41,4%, i estem per sobre la mitjana de Costa de Barcelona 38,5%. = Turisme de proximitat. El segon transport més utilitzat és l'avió 34,9 % (7 punts per sota de Costa Barcelona): important el pes que té la proximitat amb l'aeroport de Girona i les empreses low cost i els segueix autocar 21,6% (5 punts per sobre de la Costa Barcelona), fet que indica la importància que encara té el paquet turístic.

Planificació: A destacar la importància i dependència existent amb les AAVV i TTOO: 50,9%, enfront el 32% de la Costa de Barcelona, però dins la mitjana de Costa Barcelona Nord 50,9%. Estem per sota de la mitjana de Costa Barcelona a la resposta de per compte propi (43,1%-59,6%) en canvi superem en 2,5 punts en el bocaorella (recomanacions d'amics 5% - 2.5%)

Un cop al municipi la mobilitat és força variada:

32,8 % amb vehicle propi (Turisme de proximitat), 20,7% en tren (molta mobilitat en aquest mitjà de transport per anar a Barcelona ciutat i per moure's dins la comarca) i 15,9% en trenet turístic (connexió zona turística – centre població).

Cal destacar el 27,6% d'enquestats que no es mouen: SOL I PLATJA en estat pur, tot i que en el conjunt de la comarca del Maresme els resultat és del 34,5%

Clarament, l'allotjament més utilitzat per les persones enquestades és l'hotel amb un 69% (enfront el 77,1% de Costa de Barcelona Nord), però no es pot deixar de banda el 22,4% que ho fan en càmpings (enfront el 14,7% de Costa Barcelona Nord).

Pel què fa als allotjats en hotel, respon al ja exposat anteriorment en l'oferta de paquets turístics (transport+Hotel) . Referent a la superioritat de gent allotjada en càmpings respon a que Malgrat de Mar és el municipi amb més oferta d'aquest tipus d'allotjament a la comarca (unes 7.000 places).

Les conclusions d'aquest informe, focalitzat al municipi de Malgrat de Mar, són les següents:

- Cal potenciar la fidelització dels clients actuals
- Es confirma l'estada mitjana de més de 5 dies al nostre municipi
- Caldria promocionar més l'oferta de càmping. Actualment l'oferta de Malgrat és de 50% hotel i 50% càmping, en quant a nombre de places.
- Caldria reforçar les ofertes de curta estada Actualment encara hi ha fora dependència amb TTOO i AAVV. Actualment Malgrat Turisme ofereix esdeveniments puntuals i ofereix paquets de curta estada

- Sorprenent que el grup alt de despesa 401-500€ sigui el més alt de la comarca. Aquesta però no és la sensació a nivell de comerç i restauració local.
- S'hauria de treballar la connexió de Malgrat de Mar amb l'aeroport de Girona. D'aquesta manera es podria incrementar el 34,9% i també oferir paquets de curta estada amb preus directes d'establiment
- És molt important el pes d'Internet i les xarxes socials per donar a conèixer el nostre municipi i fer-ne una bona promoció. Actualment s'està treballant una nova web, més interactiva i més atractiva.
- El 27,6% dels turistes no es moeun de la platja: caldria aprofitar-ho i dotar de més serveis la platja
- S'ha de tenir en compte la classe social que el turista que s'allotja en el municipi. Aquest fet té una repercussió directa amb la despesa que fan al municipi. Això no implica busar productes més barats. Caldria oferir altres productes que impliqui un altre target de client. No es pot treballar pel preu. Cal millorar oferta i dotar-la de preu.

RECURSOS FINANCERS

Enguany el pressupost global de la societat MALGRAT TURISME, SL que inclou totes les despeses tant de personal, com de gestió, com de desenvolupament de les activitats que més endavant es detallaran, es calcula en un total de **313.700,00€**. Aquest import representa un descens del 3,54% respecte l'exercici de 2013, quan va ser pressupostat en 325.225€. Les dades són comparades amb l'exercici 2013 ja que el pressupost 2014 de l'Ajuntament de Malgrat de Mar no va ser aprovat i aquest any s'ha treballat amb el pressupost prorrogat de 2013.

Els recursos financers de l'entitat per a poder desenvolupar correctament totes les accions planificades, es desglossen en els següents punts:

1. Subvencions provinents d'ens públics

Es preveu un finançament de **254.000€** en subvencions dels ens públics, enguany provinent únicament de l'Ajuntament; ja que vist el canvi de criteris que regulen l'atorgament de subvencions per part de la Diputació de Barcelona, aquestes només seran atorgades als Ajuntaments, encara que els ens com MALGRAT TURISME, SL poden seguir demanant-les a través de l'Ajuntament. L'aportació prevista per al 2015 es redueix en un 1,99% respecte la pressupostada per l'exercici 2013, que va ser de 259.150€. Sense tenir en compte el capítol de personal, el que en la comptabilitat pública pressupostària s'anomena "capítol 1", aquesta reducció és del 4%.

2. Prestacions de serveis al sector privat

L'objectiu d'aquesta entitat és involucrar al sector privat per accions puntuals i elaborar amb ell les estratègies necessàries per a dur-les a terme. D'aquesta manera, no només planificarem junts, fet que suposarà una millor confiança mútua, sinó que l'entitat podrà adreçar directament a accions puntuals els recursos econòmics necessaris. Aquestes col·laboracions s'entendran com a prestacions de serveis al sector privat, o com a venda del material que l'ens s'encarregarà de publicar segons les necessitats del mercat.

El finançament previst en prestació de serveis al sector privat és de **32.200€**. Existeix una petita diferència a la baixa respecte l'exercici 2013 (quan es va pressupostar en 34.475€), ja que aquestes prestacions estan lligades al pressupost destinat a les activitats. Com que les aportacions han petit ajustaments de pressupost, marcades per les retallades que totes les administracions públiques es veuen obligades a practicar; i el finançament de les activitats és proporcional, si les activitats pateixen reducció d'aportacions, l'aportació del sector privat també s'ajusta. Val a dir que enguany serà el primer exercici en què aquestes aportacions del sector privat s'ajustin a la realitat del compromís adquirit del pagament del 35% del cost de les activitats que tenen repercussió directa en el sector. Des de MALGRAT TURISME, SL es treballa sempre amb l'objectiu de reduir costos, sempre que es pugui, per a intentar que les aportacions es minimitzin.

3. Altres ingressos

Enguany la previsió dels "Altres ingressos" pateix un descens i s'ha pressupostat en **27.500€**. Aquest descens respecte el pressupostat en 2013 (28.600€) s'explica perquè es preveu una reducció dels ingressos provinents de les inscripcions de les Fires i Mercats que es realitzen. Aquesta davallada no ve donada per una previsió de poques persones interessades en venir a les nostres fires i mercats, sinó perquè vistes les queixes pels preus d'inscripció, s'ha plantejat una reducció d'un 20% sobre els preus actuals pel proper exercici. Aquestes queixes, lluny de ser esporàdiques i puntuals, ens han dut a realitzar un estudi i anàlisi de les fires del nostre entorn. La realitat mostra que en qualsevol dels pobles del nostre voltant, els preus d'inscripció són molt més baixos, i fins i tot en molts llocs donant molts més serveis que no pas els que donem a Malgrat de Mar. Aquest fet lligat a la situació de crisi actual, on els marxants tenen moltes més dificultats per a vendre el seu gènere, ens porta a rebaixar el preu per a seguir fent atractiu el fet de participar en aquestes fires i mercats.

Enguany, i sense tenir en compte la Fira de Sant Nicolau (que encara no s'ha celebrat), ja s'han recaptat un total de 33.386,67€. Aquest increment radica en el fet que enguany s'han venut moltes més excursions des de l'Oficina de Turisme. Enguany s'han comptabilitzat uns guanys nets de 19.158,77€ en aquest concepte. Però la situació actual no permet fer previsions optimistes, ja que aquests ingressos són molt variables i no permeten cap tipus de seguretat. Així doncs, s'han previst uns guanys de **9.420€** per aquest concepte, sempre i quan es torni a signar un conveni amb l'empresa Viatges Pekín Tours, SL per a la venda d'excursions des de l'Oficina de Turisme.

RECURSOS HUMANS

Pel que fa als recursos humans amb els que compta l'entitat per dur a terme el Pla d'Acció de MALGRAT TURISME, SL, són els següents:

- Gerent
- Adjunt a Gerència
- Auxiliar tècnic de turisme
- Auxiliar de turisme, destinada Oficina de Turisme

Aquests recursos humans estaran finançats íntegrament per la societat MALGRAT TURISME, SL. El cost previst per a aquest exercici 2014 és de **140.100,00 €**, incloent el cost de l'empresa referent a la Seguretat Social. No es preveu cap augment ja que el Govern Central manté les retribucions dels funcionaris congelades i els treballadors d'aquest ens es regeixen pel mateix conveni.

En l'exercici 2014, el cost real fins al 3r trimestre és de 125.864,10€. Aquestes despeses, inclouen també la contractació del personal de suport a l'Oficina de Turisme. Aquesta despesa del personal de suport, consistent en la contractació d'una persona amb una jornada de 35h i una altra persona amb una jornada de 30h seguint el conveni d'oficines de l'empresa privada; estava prevista dins el capítol d'imprevistos, ja que per llei, no es pot augmentar la plantilla dels ens de capital públic. Aquesta contractació es va realitzar, prèvia redacció d'un informe, aprovat pel Consell d'Administració el 31 de març de 2014, basat en les excepcions que permeten els acords presos en la Sessió Plenària Ordinària de la Diputació de Barcelona en data 23 de febrer de 2012, així com les que preveu la Ley de Presupuestos Generales del Estado para el año 2014.

La selecció del personal es va realitzar seguint les instruccions del departament d'Inserció Laboral de l'Ajuntament de Malgrat de Mar i complint sempre amb la correcta publicitat al web de l'Ajuntament de Malgrat de Mar i al de Malgrat Turisme. Aquest suport a l'Oficina de Turisme es creu indispensable per a donar un bon servei al turista que visita la nostra vila. Donat el gran volum de visitants que s'adreça a l'Oficina de Turisme, seria impossible realitzar aquesta tasca bàsica de qualsevol municipi turístic de manera correcta sense aquestes contractacions. Enguany l'Oficina de Turisme de Malgrat ha atès un total de **45.758 persones** fins a data 20 d'octubre. Aquestes xifres estan aproximadament igualades a les de 2013, si tenim en compte que aquesta temporada ha estat més curta. Encara no hi ha dades estadístiques sobre les atencions realitzades a la xarxa d'oficines de turisme de Catalunya (l'any passat vam ser la 1ª oficina en atencions de tot el litoral català i la 4ª en el rànking total d'oficines, només darrera de l'oficina de l'Aeroport de Barcelona, la de l'aeroport de Girona i la de Girona ciutat). Les dades estan extretes directament del programa informàtic que fa les tasques de Gestor Estadístic de les Oficines de Turisme, proporcionat per la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya. Donat el caràcter d'excepcionalitat d'aquestes contractacions i pel que dicta la llei vigent, les despeses es tornen a incloure dins el capítol d'imprevistos del present pressupost.

També es preveu una despesa per a formació del personal de **2.000€**, així com una previsió per les ajudes econòmiques segons el Conveni dels Treballadors de l'Ajuntament de Malgrat de Mar, sota el que es regeix el personal subrogat a l'empresa MALGRAT TURISME, SL de **1.000€**. Es destinen també **500€** per a la compra de vestuari per al personal de l'Oficina de Turisme (aquesta despesa s'inclou en la totalitat de despeses de serveis externs, no al capítol de despeses de personal). Aquest capítol inclou també una despesa de **400€** per a la despesa corresponent a les revisions oftalmològiques, incloses com a obligació de l'empresa vers el personal d'oficines. Aquests imports no sofreixen cap modificació, respecte l'any passat.

ALTRES DESPESES ESTRUCTURALS

Existeixen altres despeses, a part de la del personal, que també finança la societat, pels següents conceptes:

Despeses Oficina de Turisme (manteniment, subministres i neteja), previstes en **5.000€**. No es preveu increment respecte el 2013 ja que l'estimació, s'ajusta a la realitat. S'elimina partida per telèfon a l'Oficina per haver negociat contracte global de telefonia. Enguany aquestes despeses tot just sumen a dia d'avui un total de 2.000€, però cal mantenir la partida, ja que el mòdul on es troba situada l'oficina ja és vell i pot necessitar alguna reparació no prevista.

Despeses de gestoria per als temes laborals, impostos i auditories pertinents, previstes en **9.000€**. Es preveu un increment del cost per pujada de l'IPC. Es preveuen també **3.000€** en concepte del cost de l'Auditoria que Malgrat Turisme, SL segueix abans de presentar els comptes generals a l'Ajuntament. A data d'avui les despeses generals de gestoria són de 8.335,54€, quan es van pressupostar un total de 11.000€ per l'exercici 2013.

Despeses de telefonia de l'ens, previstes en **3.000€**. Abans anaven per separat els mòbils de la línia fixa de l'Oficina de la Pl. de l'Àncora. Enguany es va pactar un nou contracte on es contempla un pla general per l'empresa que ha permès reduir costos. L'exercici anterior es van pressupostar 3.200€ en total per les dues partides i a dia d'avui la despesa és de 1.506,19€.

Despeses en material d'oficina i missatgeria, previstes en **2.000€**. Sense modificacions.

Despesa per renovació del programa de comptabilitat d'un total de **800€**, s'ajusta aquesta quantitat pel possible increment, ja sigui per IPC com per augment del preu. Enguany aquesta renovació ha tingut un cost de 773,19€.

Despeses per imprevistos, previstes en **21.000€**. Aquest import preveu la possibilitat, a l'igual que el present exercici, de contractar, sempre que la legislació vigent ho permeti, la contractació de dues persones per al correcte funcionament de l'oficina de turisme, tal i com s'ha exposat anteriorment. A la fi del 3r trimestre, la despesa ha estat de 10.459,28€.

PLA D'ACCIONS 2015

El Pla d'Accions pretén treballar, a través d'activitats directes o indirectes, tots els objectius de la societat Malgrat Turisme, SL que es plantegen en l'inici d'aquesta memòria; així com desenvolupar-los plenament amb la única finalitat de millorar l'activitat turística i comercial de Malgrat de Mar. El Pla d'Accions 2014 es divideix en els següents punts:

- 1. Activitats**
- 2. Turisme Familiar**
- 3. Publicacions**
- 4. Promoció i Fires**
- 5. Comerç**
- 6. Restauració**

1. ACTIVITATS

Tot seguit es desglossen les activitats per conceptes segons la seva tipologia. S'engloben aquí totes les activitats adreçades al client final, ja sigui turista, visitant, o ciutadà del municipi.

FIRES D'ARTESANS I COMERCIANTS I MERCATS

Tal i com s'ha esmentat anteriorment, es planteja una reducció del preu d'inscripció en les fires i mercats, ja que actualment tots els municipis fan fires i mercats i els preus són molt més baixos i l'oferta inclou serveis que a Malgrat de Mar no podem oferir. La rebaixa de preu és d'un 20% dels preus actuals. Creiem que aquesta reducció és necessària si es volen mantenir les fires, ja que amb els temps de crisi actuals, el preu d'inscripció si és decisor a l'hora de fer decidir a un marxant de venir a Malgrat de Mar. Creiem que les fires aporten visitants de proximitat, i la fira o mercat és l'excusa perfecta per a visitar el nostre municipi. La següent taula mostra la comparativa de preus amb els preus actuals:

preus fires i mercats 2015

metres	preu 2013	preu 2015
2 m	30,00 €	24,00 €
3 m	40,00 €	32,00 €
4 m	50,00 €	40,00 €
5 m	60,00 €	48,00 €
6 m	70,00 €	56,00 €
7 m	80,00 €	64,00 €
8 m	90,00 €	72,00 €
9 m	100,00 €	80,00 €
10 m	110,00 €	88,00 €

Aquestes són totes les fires i mercats que es preveuen realitzar a Malgrat durant tot l'exercici 2015:

1. Fira d'hivern: Es preveu una despesa de **1.200€**, per a la publicitat i per a activitats d'animació. El passat 2013, es van pressupostar 150€, només en publicitat. Enguany es creu que cal dinamitzar les fires amb alguna animació que cridi més l'atenció del visitant. Aquesta ha estat una demanda dels firaires al llarg de totes les últimes fires que s'han anat organitzant. D'altra banda, es preveuen uns ingressos de **1.200€**, després de l'aplicació de la rebaixa indicada.

2. Fira de Primavera: Es preveu una despesa de **1.200€**, per a la publicitat de l'activitat i per a activitats d'animació. El passat 2013, es van pressupostar 150€, només en publicitat. Enguany es creu que cal dinamitzar les fires amb alguna animació que cridi més l'atenció del visitant. Aquesta ha estat una demanda dels firaires al llarg de totes les últimes fires que s'han anat organitzant.. D'altra banda, es preveuen uns ingressos de **1.200€**, després de l'aplicació de la rebaixa indicada.

3. Fira d'estiu: Es preveu una despesa de **2.500€**, per a la publicitat de l'activitat i pel servei de seguretat que s'ofereix als firaires ja que deixen la parada muntada tota la nit (recordem que la fira té dos dies de durada). Enguany també s'ha complementat l'oferta amb jocs i inflables per a la mainada. La despesa prevista per al 2013 va ser també 2.000€, i la despesa real ha estat de 2.024,04€. D'altra banda, es preveuen uns ingressos de **3.700€**, després de l'aplicació de la rebaixa indicada.

4. Mercat de Sant Nicolau: S'inclou aquest Mercat de llarga tradició al municipi, com a herència dels pagesos de Malgrat de Mar. Es preveu una despesa de **500€**, per a la publicitat de l'activitat i animació; i uns ingressos de **480€**. Tot i que l'any 2013 es van ingressar un total de 1.290€, aquest mercat dona cabuda a totes les associacions del poble que hi vulguin participar, així doncs, cal ser prudent amb la previsió d'ingressos ja que l'espai és limitat i les associacions no paguen inscripció, inscripció que com s'ha esmentat anteriorment serà un 20% inferior.

CONCERTS D'ESTIU

Aquesta activitat de cost reduït, es realitza amb la col•laboració d'agències receptives de viatge que porten bandes de músics i grups corals a la zona. Es sol•licita a les agències que aporten els grups, el pagament d'una petita aportació en concepte de despeses de personal, el subministrament d'aigua als músics i el transport de cadires.

Es preveu una despesa per cadires i aigües de **1.000€**; i uns ingressos de **500€** (procedents de les agències indicades). Tot i que no és una activitat constant (ja que es depèn de les peticions de les agències de viatge), s'aconsegueix un cicle de concerts al llarg dels mesos d'estiu. A més, també es fa més atractiu per les agències de viatge que porten els grups, el fet d'allotjar a aquests grups a Malgrat de Mar, donades les facilitats que s'ofereixen als grups. És en certa manera una forma de promoció directa del municipi.

ACCIÓ CÀMPINGS

Com bé s'indica, aquesta acció anirà adreçada al sector de Càmpings de la població. Tot i que encara està per determinar, s'ha plantejat al sector l'assistència a alguna Fira específica de Càmping, per a promocionar aquest sector. Es preveu una despesa de **3.000€**, igual que l'anterior exercici. Aquesta activitat estarà finançada conjuntament amb el sector privat. (Nota 1). Enguany s'ha assistit a una fira exclusiva del sector de càmpings, la Kampeerdagen d'Amsterdam, i s'ha assumit el cost del període extra del servei de Bus dels Càmpings que no cobria l'actual conveni que l'Ajuntament té signat amb l'empresa de transport que el realitza. El cost total enguany ha estat de 3.369,79€.

MINICLUB A LA PLATJA

Aquest servei, ubicat a la platja de l'Astillero, ofereix als turistes més joves la possibilitat de realitzar cada dia de la setmana, durant els mesos de juliol i agost, activitats en el lleure. Aquesta activitat és a més, un dels requisits per a mantenir la Certificació de Destinació de Turisme Familiar.

La despesa de la ludoteca, basada en els preus d'adjudicació de l'exercici 2014, es suposa en **20.000€**. Tot i que el cost d'enguany ha estat de 14.010,21€, cal ser curosos ja que els preus de mercat poden fluctuar. El finançament d'aquesta acció és realitza conjuntament amb el sector privat. (Nota 1). El cost indicat inclou la contractació de l'empresa GRUP ONBOARD (que va presentar la millor oferta) així com la neteja del WC adaptat pels nens, i els treballs de muntatge i desmuntatge de l'espai del miniclub. Enguany, aquesta activitat també ha reportat uns ingressos de 198€. Veient aquesta resposta, semblaria que hauríem de ser més prudents a l'hora de preveure els ingressos, pressupostats en **1.000€**, però la veritat és que aquest 2014 un dels factors que ha fet baixar els ingressos és el mal temps que ha fet durant el mes de juliol.

DIA MUNDIAL DEL TURISME: 27 DE SETEMBRE

Aquesta activitat de llarga tradició, pretén unir-se a la celebració de la diada internacional del sector. Enguany ens hem volgut sumar a les iniciatives proposades des de l'Organització Mundial del Turisme de l'Organització de les Nacions Unides, i s'ha fet difusió del missatge del Secretari General així com del lema, que enguany recolza l'estalvi d'aigua.

Es preveuen unes despeses de **500€** pel proper exercici, ja que apostem per seguir amb l'organització d'una fira i acostar encara més l'oficina de turisme, traient-la al carrer per apropar-la al turista que ens visita. Aquesta experiència ha estat molt positiva ja que d'aquesta manera, amb una petita fira, es dinamitza també la zona de l'Av. Bon Pastor. Igual que l'any anterior, s'ha convidat a l'Associació de Puntaires a què durant una estona a la tarda, mostressin als turistes com és l'art de fer Puntetes de Coixí. L'experiència ha estat molt satisfactòria, ja que els turistes tenen l'oportunitat, no sempre fàcil, de conèixer una mica més les nostres tradicions. Així doncs, i vista la bona experiència d'aquest any, s'aposta per repetir-la l'any vinent.

FIC

Per a l'exercici 2013 es va preveure una despesa de 20.000€, finançada conjuntament amb el sector (Nota 1). Tot i que el 2014 no s'ha celebrat aquest esdeveniment, es tornen a pressupostar els mateixos **20.000€** per a l'exercici 2015, ja que després dels nous contactes realitzats amb una altra agència de viatges, amb seu a Roses (Traditional Tours), a dia d'avui ja tenim 2 grups inscrits per a la propera edició. L'altra agència italiana amb qui solem col·laborar en el FIBM (Giuseppe Corsaro), també està interessada en realitzar promoció per aquest esdeveniment. De fet aquest 2014 ens han portat un grup que estava interessat en participar en el FIC i tot i l'anul·lació de l'acte, van venir igualment i es va organitzar un concert a la Sala de la Barretina Vermella i un altre concert a l'església de Pineda de Mar.

Els ingressos també s'han previst en **2.000€** per al 2015, ja que per al 2013 també es va preveure aquesta quantitat, i finalment els ingressos reals nets van ser de 2.149,07€; així doncs, les previsions s'han complert.

FIBM

Es preveu una despesa total de **40.000€**, finançada conjuntament amb el sector (Nota 1) per l'edició de FIBM 2015, ja que tot i no tenir les xifres definitives per mancar encara algunes factures (a dia d'avui s'han comptabilitzat despeses per un total de 20.539,78€), calculem que la despesa (premis inclosos) no arribarà als 40.000€ pressupostats per al 2013. A priori pot semblar que es podria ajustar a la baixa, però enguany no s'ha realitzat la categoria de Marching Show Bands. Aquestes despeses també inclouen les sortides de promoció directa que s'han realitzat i que enguany va consistir en visitar el Festival de Bandes de Soest, Alemanya. Creiem fermament que cal continuar amb aquestes accions a Alemanya, ja que actualment (i segons les dades de l'Associació de Bandes de Música d'Alemanya, la *Bundesvereinigung Deutscher Musikverbände*) en aquest país hi ha un total de més de 1,3 milions de músics.

Els ingressos es pressuposten en **4.000€** per al 2015, ja que per l'exercici 2013 se'n van pressupostar 5.000€ i finalment s'han ingressat un total de 4.096,19€ nets (inclosa l'aportació de 150€ que l'empresa BOEHRINGER INGELHEIM ha realitzat voluntàriament).

SGAE

Es preveu una despesa de **2.000€** per possibles cànon de l'SGAE pels concerts que es realitzen en les diferents activitats programades durant l'any (Concerts d'Estiu, FIC i FIBM). Aquesta xifra es manté ja que l'exercici 2013 es van pagar 870,62€, però és una xifra variable, que depèn dels grups participants dels Festivals i dels Concerts d'Estiu que es realitzen. No disposem de dades referents a 2014 ja que, a dia d'avui, l'SGAE encara no ha enviat factura tot i que MALGRAT TURISME, SL ja ha passat les dades corresponents perquè emetin la seva factura.

2. TURISME FAMILIAR

TURISME FAMILIAR, QUOTA AGÈNCIA CATALANA DE TURISME I SICTED

Com a entitat pública, existeixen uns compromisos que consisteixen en el pagament de quotes als ens supramunicipals, per a les tasques de promoció que realitzen aquests ens. Es contempla el pagament de la quota de l'Agència Catalana de Turisme i el pagament de la renovació de la certificació SICTED. Aquesta despesa es preveu que sigui de **3.000€**, a finançar per l'ens.

L'exercici 2013 també es van preveure 3.000€ per al pagament d'aquestes quotes, i finalment el cost va ser de 2.148,26€. No s'ajusta la despesa a la realitat del cost d'enguany perquè en funció del nombre d'establiments pot fluctuar el cost i perquè dins d'aquesta partida s'engloba també la compra de material necessari per als establiments certificats com a recompensa pel seu esforç en millora de la qualitat i la certificació, com poden ser els pitets d'un sol ús, polseres de seguretat o els estalvis de taula per a nens.

EXCURSIONS NATURA PER MALGRAT

Es preveu la creació de productes destinats als visitants que ja es troben a la nostra població, per a ajudar-los a descobrir tota la riquesa natural de què Malgrat de Mar disposa. S'inclou aquesta activitat aquí perquè es té el convenciment que la Natura i el seu descobriment són un potencial molt gran per als usuaris de les destinacions de Turisme Familiar.

Es preveu una despesa de **2.000€**, igual que l'anterior exercici, per a possibles actuacions que es puguin realitzar referents a aquest projecte, o per les possibles publicacions relacionades amb la creació de les rutes naturals, ja sigui en format tríptic o en format guia.

RUTES GUIADES PER MALGRAT

Enguany s'ha començat a treballar en la creació de rutes guiades per Malgrat de Mar, a través d'una comissió de treball amb membres del Consell d'Administració. S'han mantingut converses amb l'empresa Tanit Difusió Cultural per començar un circuit pels espais més emblemàtics del municipi i en aquests moments s'està tot just gestant el projecte, estudiant les diferents possibilitats que hi ha d'enfocar el projecte. Es preveuen **1.000€** en despeses pels costos de les rutes i publicitat.

3. PUBLICACIONS

Tot municipi turístic ha de disposar d'un material gràfic imprès ja sigui per a donar informació als visitants en els establiments o a l'oficina de turisme, com per a la promoció del municipi a les fires a les que s'assisteixi o hi tinguem representació.

S'han calculat les despeses (només es pressuposta la impremta ja que el disseny es modificarà des de MALGRAT TURISME, SL) per a la reedició de la guia de Malgrat en els idiomes que després d'aquesta temporada hagin quedat sense estoc. Aquesta despesa ascendeix a la quantitat de **2.500€**, a finançar conjuntament amb el sector privat. (Nota 1).

També es preveu la creació i/o reedició de tríptics informatius, però aquests quedaran automàticament finançats ja que es preveu la col·laboració d'empreses secundàries del sector turístic que pagaran, a l'igual que en anys anteriors, les despeses a canvi de la inserció de la seva publicitat en el tríptic. Enguany aquests fulletons informatius han tingut cost un cost de 3.759,47€. L'empresa Water World, s'ha fet càrrec de les despeses íntegres de l'edició del calendari mensual i pòsters de les activitats que es realitzen al llarg de la temporada. Per a l'exercici 2015 es pressuposta una despesa de **2.500€**, per a tríptics, i **1.500€**, per al calendari d'activitats; així com un ingrés en espècies per valor de **4.000€**, ja que es preveu aconseguir col·laboradors, com aquest any.

Es preveu una despesa de **1.500€** per a la reedició del mapa turístic de Malgrat de Mar, ja que és una eina bàsica en el servei d'atenció i informació al visitant.

4. PROMOCIÓ I FIRES

Aquí es contemplen les despeses de promoció en general del municipi i de l'assistència a les possibles fires del sector que puguin sorgir i a les que interressi assistir.

WEB 2.0

S'està treballant per acabar de posar en marxa el nou web, que ja té el seu cost cobert, ja que es creu que cal apostar per una bona presència a internet, i aconseguir un bon posicionament a la xarxa. Ser atractiu a les xarxes, és ajudar a millorar l'atractiu de la nostra destinació, que tot i que ja és madura per la seva llarga tradició, no té una presència molt gran. Es pressuposten **2.500€** per a qualsevol incident que pogués sorgir durant la posada en marxa del nou web, i possibles canvis que s'haguessin de realitzar a nivell de programació; així com per la despesa de renovació de Domini (turismemalgrat.com, turismomalgrat.com i tourismmalgrat.com) i de Hosting del web. Des de MALGRAT TURISME, SL es poden efectuar els canvis necessaris sempre que calgui, però el suport informàtic cal que es realitzi per professionals.

FIRES

Durant l'any hi ha moltes fires arreu d'Europa, algunes d'elles molt interessants. Es calcula una previsió de **12.000€** per a l'assistència a aquelles fires o accions de promoció directa, ja sigui del municipi o dels Festivals que es realitzen, que es considerin adients, consensuant sempre aquesta assistència amb el sector, que finançarà també part de les despeses. (Nota 1)

Enguany s'han realitzat les següents campanyes de promoció turística i comercial de la nostra població, amb una despesa fins avui de 10.039,78€, dels 12.000€ previstos:

1. FITUR Madrid. Pensem que cal visitar la fira de turisme nacional més gran que hi ha. El turisme de proximitat està creixent, ja que amb la crisi, els viatgers han escurçat distàncies. Pensem, que cal ser-hi per a descobrir quines són les tendències actuals dels mercats. Enguany també s'hi ha assistit des de mostrador.
2. Salon de Vacances de Brussel·les. Ens van parlar molt bé d'aquesta fira i vam voler anar a conèixer-la de primera mà. La impressió va ser tan bona, que fins i tot vam contactar amb la responsable de l'estand de TURESPAÑA per a poder tenir un mostrador propi l'any vinent. El preu és molt assequible per una fira de 5 dies, amb un públic final molt interessat en una destinació com la nostra. El turista belga, segons els últims estudis, és un turista amb recursos, que surt força i que té interès en visitar la nostra destinació. Cal doncs, tenir-ne cura. Vam poder observar com altres destinacions catalanes, sobretot de la Costa Brava nord, hi tenien estand independent, i després de parlar amb aquestes destinacions, ens van comentar que a ells els era molt rentable aquesta fira. Apostem doncs, per anar-hi l'any vinent.
3. ITB Berlin. Degut a la gran quantitat de turistes alemanys que hem tingut aquest 2014, fruit d'un nou producte que s'ha comercialitzat i que després d'un petit creuer des de Gènova, centrava Malgrat com a punt de visita de Catalunya durant 10 dies; pensem que cal mantenir la presència de Malgrat de Mar en la fira més important de l'Europa continental.
4. L'assistència al Festival de Soest va venir per una invitació directa d'un jutge del FIBM. L'acollida que vam rebre va ser meravellosa i fins i tot van convidar-nos a presentar el nostre acte durant un concert inaugural. Vam aconseguir el contacte de varies bandes interessades, i el millor de tot, que un grup de 68 persones acudís al nostre festival aquest mateix 2014 i passés al nostre municipi una setmana. L'assistència en aquest tipus d'esdeveniment és gairebé sempre molt profitosa i amb resultats directes i immediats.
5. Acció a Lyon de l'ACT per a la promoció de la Destinació de Turisme Familiar. Tot i que la intenció era ser presents en aquesta acció, que incloïa una presentació als mitjans de comunicació de la zona, finalment no s'hi va poder assistir per causes alienes a MALGRAT TURISME, SL ja que una vaga de controladors francesos va impedir que el personal hi arribés a temps.
6. L'acció de promoció que l'Agència Catalana de Turisme va promoure al País Basc, també va resultar profitosa, ja que va permetre posar en contacte agències especialitzades en turisme familiar, amb les destinacions. Aquesta acció es va desenvolupar a Bilbao i a Donosti.
7. Acció de promoció a Seynod. L'Ajuntament de Seynod va tornar a oferir l'espai del Kiosque i voldria també que aquesta acció esdevingués fixa, ja que ells n'estan molt contents per la resposta obtinguda. Val a dir que l'exposició que es va muntar als baixos del local, va tenir molt bona acollida i va ser molt visitada. També cal remarcar que la nostra estada allà ha animat a un grup d'estudiants d'espanyol, totalment aliè a les activitats de l'Ajuntament de Seynod que vam conèixer a través d'una clienta de la botiga, a organitzar una sortida a Malgrat de Mar el proper 2015. Tot i que veiem que cada any que passa, hi ha més gent interessada (tant habitants de Seynod, com de les rodalies) i hem anat ampliant mica en mica els contactes, i que les vendes també són millors cada any; la intenció seria que la iniciativa sorgís d'algun comerciant i/o restaurador, i que pogués beneficiar-se ell mateix d'aquest oferiment, aprofitant també que la Mairie de Seynod ofereix allotjament gratuït al personal

que s'hi desplaçi. Com que aquesta acció suposa una estada molt llarga del personal de MALGRAT TURISME, SL; pensem que fins que no sorgís algun empresari interessat en explotar aquesta oportunitat, caldria espaiar més en el temps aquesta acció de promoció.

8. WTM, la fira tindrà lloc del 3 al 6 de novembre. Depenent del resultat afegirem aquesta cita a l'agenda del 2015.
9. Workshop de la Diputació de Barcelona a Londres, acció que es realitzarà el proper 2 de desembre. Com que els horaris s'ajusten als vols, en aquest cas, l'equip de MALGRAT TURISME, SL anirà i vindrà el mateix dia, reduint al màxim els costos.

Així doncs, durant l'exercici 2015 es preveuen realitzar les següents accions:

1. Accions de promoció directa dels Festivals en alguns dels esdeveniments següents, dels quals en tenim referències a través dels membres del jurat i del mateix president de la WAMSB, qui ens recomana assistir-hi ja que pot ser interessant per al futur del nostre festival:
 - Rasteder Musiktage Campionat Internacional de la WAMSB (Rastede, Alemanya)
 - World Championship WAMSB Copenhagen
 - 25^a Fanfaronade a Strausberg, Alemanya
 - Possible presentació a la ANBIMA (Federació Nacional Italiana de Grups musicals) tant del FIBM com del FIC
2. Accions de promoció de l'ACT:
 - Acció públic final en territori espanyol, encara a determinar
 - Village de l'ACT a França, encara a determinar
3. Fires de Turisme de gran format 2015. Creiem que encara que a priori els resultats no són visibles de seguida, cal ser present en alguna d'aquestes grans fires. Si volem ser una destinació amb presència i que ens coneguin, cal sortir i anar a aquests punts de trobada de Tour Operadors, Agències, Clients i Administracions:
 - FITUR, gener 2015
 - SALON DE VACANCES, febrer 2015
 - ITB, març 2015
 - WTM, depenent del resultat d'enguany, novembre 2015
 - Com que el sector ja té contactes amb agències que porten turistes russos, tot i que seria desitjable conèixer el mercat de primera mà, les fires de Moscú queden descartades.
4. Altres Workshops, Presstrips o Famtrips que puguin sorgir al llarg de l'exercici i on poguem col·laborar, ja sigui a través de l'ACT (Agència Catalana de Turisme), de la DGT (Direcció General de Turisme) o de la Diputació de Barcelona per a realitzar promoció del municipi.

5. COMERÇ

Es preveu una despesa de **5.000€** per a la dinamització del comerç, focalitzat en accions dirigides a les tres associacions de comerciants de què disposa el municipi actualment: Associació de Comerciants Malgrat Centre, Associació d'Empresaris del Sector Turístic i l'Associació de Venedors del Mercat Municipal. Cal remarcar que tenim coneixement que existeix també una tímida activitat a l'Associació de Comerciants de l'Av. Mediterrània i la voluntat de treballar; però vist que encara no s'han presentat formalment, no estan inclosos dins d'aquestes accions. Tot i això estem oberts a futures col·laboracions amb aquestes i d'altres associacions. MALGRAT TURISME, SL treballa per alabar les avantatges d'estar

associat i facilita el contacte entre aquests negocis i les associacions. Pensem que pot ser una bona manera de reactivar una dinàmica de treball entre el sector i MALGRAT TURISME, SL.

6. RESTAURACIÓ

JORNADES GASTRONÒMIQUES

Es pretén donar continuïtat a les jornades gastronòmiques per a dinamitzar el sector de la restauració. A dia d'avui no s'ha produït cap despesa ja que la campanya de Jornades Gastronòmiques es promou directament des del Consorci de Promoció Turística del Maresme. Els Restaurants del municipi han participat a les Jornades del Peix i del Marisc i del Bolet. Aquesta promoció a través de les jornades gastronòmiques ha permès per primera vegada iniciar una dinàmica de treball amb els restauradors de manera continuada, tot i que de vegades és complicat que trobin un moment per a elaborar receptes noves, o fins i tot tradicionals, que amb poques modificacions s'ajustin al tema de les jornades. Enguany només participen en 2 jornades, malgrat la nostra insistència.

Tot i això, i donat que el sector de Restauració del municipi és molt heterogeni, caldria buscar algun acció que fomentés la creació d'una associació de restaurants per poder treballar més aspectes de manera conjunta. De moment no ho hem aconseguit però veient la bona resposta que estem tenint amb les jornades, es preveuen **500€** per si sorgís alguna acció consensuada amb el sector, finançada per l'entitat de gestió.

(Nota 1): El finançament conjunt de les activitats marcades es realitzarà en el següent percentatge:

MALGRAT TURISME, SL **65%** i Sector Privat **35%**

La Gerent de Malgrat Turisme, SL,



Ester Gil i Mateu

Malgrat de Mar, a 27 d'octubre de 2014

4. ANNEX I

Societat: **MALGRAT TURISME, SL**

NIF: B-65324220

ESTAT DE PREVISIÓ D'INGRESSOS I DESPESES

Exercici **2015**

Núm. de compte	DEURE	EXERCICI 2015	EXERCICI 2013	Núm. de compte	HAYER	EXERCICI 2015	EXERCICI 2013
	A) DESPESES	313.700,00 €	325.225,00 €		B) INGRESSOS	313.700,00 €	325.225,00 €
71	1. Reducció d'existències de productes acabats i en curs de fabricació	0,00 €	0,00 €		1. Import net de la xifra de negocis		
	2. Aprovisionament			700, 701, 702, 703, 704	a) Vendes	0,00 €	0,00 €
600 (6080), (6090), 610*	a) Consum de mercaderies	0,00 €	0,00 €	705	b) Prestació de serveis		34.475,00 €
601, 602, (6081), (6082), (6091), (6092), 611*, 612*	b) Consum de matèries primeres consumibles	0,00 €	0,00 €	(708), (709)	c) Devolucions i "Rappels" sobre vendes		
607	c) Altres despeses externes	0,00 €	0,00 €	71	2. Augment d'existències de productes acabats i en curs de fabricació	0,00 €	0,00 €
640, 641	3. Despeses de personal	0,00 €	0,00 €	73	3. Treballs efectuats per l'empresa per l'immobilitzat	0,00 €	0,00 €
642, 643, 649	a) Sous i salaris	106.000,00 €	106.000,00 €		4. Altres ingressos d'exploració:	0,00 €	0,00 €
68	b) Càrregues socials	37.500,00 €	37.500,00 €	75	a) Ingressos accessoris i altres despeses de gestió corrent	27.500,00 €	28.600,00 €
650, 693, 694, 695, (793), (794), (795)	4. Dotació per amortització i variació de provisió d'immobilitzat	0,00 €	0,00 €	74	b) Subvencions a l'exploració	254.000,00 €	262.150,00 €
693, (793)	5. Variació de les provisions de tràfic i pèrdua de crèdits incobrables			790	c) Excés de provisions de risc i despeses	0,00 €	0,00 €
650, 694, (794)	a) Variació de provisions d'existències	0,00 €	0,00 €				
695, (795)	b) Variació de provisions i pèrdues de crèdits incobrables	0,00 €	0,00 €				
62	c) Variació d'altres provisions de tràfic	0,00 €	0,00 €				
631, 634, (636), (639)	6. Altres despeses d'exploració						
651, 659	a) Serveis externs	170.200,00 €	181.725,00 €				
690, 691	b) Tributs	0,00 €	0,00 €				
	c) Altres despeses de gestió corrent	0,00 €	0,00 €				
	d) Dotació al fons de reversió	0,00 €	0,00 €				
	I. BENEFICIS D'EXPLOTACIÓ (B1+B2+B3+B4-A1-A2-A3-A4-A5-A6)	0,00 €	0,00 €		I. PÈRDUES D'EXPLOTACIÓ (A1+A2+A3+A4+A5+A6-B1-B2-B3-B4)	0,00 €	0,00 €
6610, 6615, 6620, 6630, 6640, 6650	7. Despeses financeres i assimilades			7600	5. Ingressos de participacions en capital		
6611, 6616, 6621, 6631, 6641, 6651	a) Per deutes amb empreses del grup	0,00 €	0,00 €		a) en empreses del grup	0,00 €	0,00 €
6613, 6618, 6622, 6623, 6632, 6633, 6643, 6653, 669	b) Per deutes amb empreses endarrerides	0,00 €	0,00 €	7601	b) en empreses associades	0,00 €	0,00 €
666, 667	c) Per deutes amb tercers i despeses assimilades	0,00 €	0,00 €	7603	c) en empreses fora del grup	0,00 €	0,00 €
6963, 6965, 6966, 697, 698, 699, (7963), (7965), (7966), (797), (798), (799)	d) Pèrdues d'inversions financeres	0,00 €	0,00 €		6. Ingrés d'altres valors negociables i de crèdits de l'actiu immobilitzat		
668	8. Variació de provisions d'inversions financeres	0,00 €	0,00 €	7610, 7620	a) d'empreses del grup	0,00 €	0,00 €
	9. Diferències negatives de canvi			7611, 7621	b) d'empreses associades	0,00 €	0,00 €
		0,00 €	0,00 €	7613, 7623	c) d'empreses fora del grup	0,00 €	0,00 €
				7630, 7650	7. Altres interessos i ingressos assimilats		
				7631, 7651	a) D'empreses del grup	0,00 €	0,00 €
				7633, 7653, 769	b) D'empreses associades	0,00 €	0,00 €
				766	c) Altres interessos	0,00 €	0,00 €
				768	d) Benefici en inversions financeres	0,00 €	0,00 €
					8. Diferències positives de canvi	0,00 €	0,00 €
					II. RESULTATS FINANCERS NEGATIU (A7+A8+A9-B5-B6-B7-B8)	0,00 €	0,00 €
					III. PÈRDUES DE LES ACTIVITATS ORDINÀRIES (BI+BII-AI-AII)	0,00 €	0,00 €
691, 692, 6960, 6961, (791), (792), (7960), (7961)	10. Variació de la provisió de l'immobilitzat immaterial, material i cartera de control	0,00 €	0,00 €	770, 771, 772, 773	9. Beneficis per alienació de l'immobilitzat immaterial, material i cartera de control	0,00 €	0,00 €
670, 671, 672, 673	11. Pèrdues provinents de l'immobilitzat immaterial, material i cartera de control	0,00 €	0,00 €	774	10. Beneficis per operacions amb obligacions pròpies	0,00 €	0,00 €
674	12. Pèrdues per operacions amb obligacions pròpies	0,00 €	0,00 €	775	11. Subvencions de capital transferides al resultat de l'exercici	0,00 €	0,00 €
678	13. Despeses extraordinàries	0,00 €	0,00 €	778	12. Ingressos extraordinaris	0,00 €	0,00 €
679	14. Despeses i pèrdues d'altres exercicis	0,00 €	0,00 €	779	13. Ingressos i beneficis d'altres exercicis	0,00 €	0,00 €
	IV. RESULTATS EXTRAORDINARIS POSITIUS (B9+B10+B11+B12+B13-A10-A11-A12-A13-A14)	0,00 €	0,00 €		IV. RESULTATS EXTRAORDINARIS NEGATIUS (A10+A11+A12+A13+A14-B9-B10-B11-B12-B13)	0,00 €	0,00 €
	V. BENEFICIS ABANS D'IMPOSTOS (AIII+AIV-BIII-BIV)	0,00 €	0,00 €		V. PÈRDUES ABANS D'IMPOSTOS (BIII+BIV-AIII-AIV)	0,00 €	0,00 €
630**, 633, (638)	15. Impost de societats	0,00 €	0,00 €				
	16. Altres impostos	0,00 €	0,00 €				
	VI. RESULTATS DE L'EXERCICI (BENEFICIS) (AV-A15-A16)	0,00 €	0,00 €		VI. RESULTATS DE L'EXERCICI (PÈRDUES) (BV-A15-A16)	0,00 €	0,00 €

* Aquest compte pot tenir signe positiu o negatiu.

** Aquests comptes poden tenir saldo creditor i pertant la partida A15 pot tenir signe negatiu.

5. ANNEX II

PRESSUPOST DE CAPITAL

Societat: MALGRAT TURISME, SL

Exercici 2015

NIF: B-65324220

ESTAT DE DOTACIONS	€	ESTAT DE RECURSOS	€
1. Immobilitzat material	0,00 €	1. Subvencions de capital rebudes	0,00 €
terreny	0,00 €	de l'entitat local	0,00 €
edificis i altres construccions	0,00 €	d'organisme autònoms	0,00 €
maquinària, instal·lacions i utilatge	0,00 €	altres subvencions	0,00 €
elements de transport	0,00 €		
mobiliari i estris	0,00 €	2. Aportacions de capital	0,00 €
equips per a informació	0,00 €	de l'entitat local	0,00 €
recanvis per immobilitzat	0,00 €	d'organisme autònoms	0,00 €
altre immobilitzat material	0,00 €	altres subvencions	0,00 €
instal·lacions complexes especialitzades	0,00 €		
		3. Autofinçament	0,00 €
2. Immobilitzat material	0,00 €	amortitzacions	0,00 €
concessions administratives	0,00 €	provisions	0,00 €
propietat industrial	0,00 €	previsions	0,00 €
altre immobilitzat immaterial	0,00 €	beneficis no distribuïts	0,00 €
3. Inversions financeres en empreses del grup	0,00 €	4. Finançament aliè	0,00 €
accions amb cotització oficial	0,00 €	en moneda nacional	0,00 €
import de la subscripció	0,00 €	obligacions i bons	0,00 €
menys: desemborsament pendents	0,00 €	préstecs d'empreses del grup	0,00 €
altres participacions	0,00 €	préstecs d'empreses diferents del grup	0,00 €
obligacions i abonaments	0,00 €	préstecs de l'estat	0,00 €
préstecs a llarg termini	0,00 €	préstecs d'organismes autònoms	0,00 €
préstecs a mig termini	0,00 €	en moneda estrangera	0,00 €
préstecs a curt termini	0,00 €	obligacions i bons	0,00 €
		préstecs d'empreses del grup	0,00 €
4. Inversions financeres en empreses del grup	0,00 €	préstecs d'empreses diferents del grup	0,00 €
accions amb cotització oficial	0,00 €	crèdit oficial	0,00 €
import de la subscripció	0,00 €		
menys: desemborsament pendents	0,00 €	5. Alienació d'inversors	0,00 €
accions sense cotització oficial	0,00 €	materials	0,00 €
import de la subscripció	0,00 €	immaterials	0,00 €
menys: desemborsament pendents	0,00 €	financeres	0,00 €
altres participacions	0,00 €	empreses del grup	0,00 €
obligacions i bons	0,00 €	obligacions i bons	0,00 €
préstecs a llarg termini	0,00 €	participacions accionàries	0,00 €
préstecs a mig termini	0,00 €	reintegrant préstecs concedits	0,00 €
		empreses diferents del grup	0,00 €
5. Despeses amortitzables	0,00 €	empreses del grup	0,00 €
despeses de constitució	0,00 €	obligacions i bons	0,00 €
despeses de primer establiment	0,00 €	participacions accionàries	0,00 €
despeses d'ampliació de capital	0,00 €	reintegrant préstecs concedits	0,00 €
despeses de posada en funcionament	0,00 €		
despeses per adquisicions d'immobilitzat	0,00 €	TOTAL INGRESSOS DE CAPITAL	0,00 €
despeses per emissió d'obligacions, bons i formalització de préstecs	0,00 €		
despeses financeres diferides	0,00 €		
investigacions, estudis i projectes a amortitzar	0,00 €		
altres despeses amortitzables	0,00 €		
6. Reemborsament de crèdits	0,00 €		
en moneda nacional	0,00 €		
obligacions i bons	0,00 €		
préstecs d'empreses del grup	0,00 €		
préstecs d'empreses diferents del grup	0,00 €		
préstecs de l'estat	0,00 €		
préstecs d'organismes autònoms	0,00 €		
en moneda estrangera	0,00 €		
obligacions i bons	0,00 €		
préstecs d'empreses del grup	0,00 €		
préstecs d'empreses diferents del grup	0,00 €		
7. Variació del fons de maniobra	0,00 €		
TOTAL DESPESA DE CAPITAL	0,00 €		
DIFERÈNCIA	0,00 €		

**REUNIÓ DEL CONSELL D'ADMINISTRACIÓ
DE MALGRAT TURISME, S.L.**

11 de novembre de 2014

A Malgrat de Mar, quan son les 10:00 hores del dia 11 de novembre de 2014, prèvia convocatòria enviada mitjançant correu electrònic el dia 27 d'octubre de 2014, es troben presents o degudament representats els següents membres del Consell d'Administració: Conxita Campoy i Martí, Joan Mercader Carbó, Maria Carmen Ponsa Monge, Jordi Garriga Mas, Marta Vazquez Camps, M^a Pilar Pumarola Ciria. Jordi Medina Moya i Juan Aubanell Rota.

No assisteixen: Anna Maria Anglada Mas, Anna Vega Raya, Maria Cristina Dalmau Coll i Santiago Linares López.

També assisteixen la Gerent Ester Gil Mateu, el Secretari no Conseller del Consell d'Administració Santiago Tarinas i Salichs, i en qualitat de convidat, el Sr. Antoni Riera Santarén.

Donat que estan presents la majoria dels membres del Consell d'Administració es té aquest per constituït i son designats per actuar com a Presidenta a la Sra. CONXITA CAMPOY MARTÍ i com a Secretari al Sr. SANTIAGO TARINAS SALICHS, d'acord amb el que disposen els estatuts socials.

A continuació s'entra en el debat de l'ORDRE DEL DIA establert a la convocatòria i que es transcriu a continuació:



Apreciat Conseller:

Em complau convocar-lo a la propera reunió del Consell d'Administració, que es celebrarà a l'edifici Ca l'Arnau, el proper dia 11 de novembre de 2014 a les 10:00 hores, amb la finalitat d'adoptar els acords pertinents en relació als següents punts de

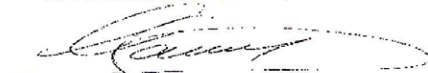
L'ORDRE DEL DIA

1. Aprovació de l'estat de previsió d'ingressos i despeses per a l'exercici 2015.
2. Precs i preguntes.

Els adjuntem documents annexos, corresponents al punt primer de l'ordre del dia.

Sense res més a afegir i amb la confiança de poder comptar amb la seva presència, rebí la salutació més cordial.

La Presidenta del Consell,



Conxita Campoy i Martí
Malgrat de Mar, d' 27 d' octubre de 2014



Malgrat Turisme, SL
N.I.F. B- 65324220
Bellairo, 2
08380 Malgrat de Mar

**REUNIÓ DEL CONSELL D'ADMINISTRACIÓ
DE MALGRAT TURISME, S.L.**

11 de novembre de 2014

PRIMER.- Tots el presents han disposat amb anterioritat a la reunió del pressupost i la memòria del mateix. El Sr. Secretari fa una breu introducció en relació a l'acord que es proposa. La Sra. Ester Gil es posa a disposició del presents per respondre a totes les preguntes que es puguin formular en relació al pressupost i a la seva memòria. Per aquest motiu la Sra. Maria Carmen Ponsa fa diverses consideracions en relació a:

- La possibilitat de poder organitzar més Fires a la població. En relació a aquesta qüestió s'obra un debat entre els presents. La Sra. Conxita Campoy considera que davant l'interès en abordar aquesta matèria podria ser convenient d'organitzar entre els que així ho desitgin una comissió per explorar noves iniciatives.
- Diverses qüestions que es mencionen a la memòria, com per exemple formació de personal, entre d'altres.
- Naturalesa dels ingressos que consten per venda d'excursions, i la previsió per aquest concepte per al 2015.
- Fires en les que s'ha assistit, etc.

Finalitzada la seva intervenció, i donat que no es presenta cap altre qüestió s'aprova per unanimitat de tots el presents la previsió d'ingressos i despeses de Malgrat Turisme, S.L. per a l'exercici 2015 (pressupost), el qual consta en document Annex 1 d'aquesta acta, conjuntament amb la seva memòria explicativa, el qual preveu un total d'ingressos i despeses de 313.700.-€, amb un resultat econòmic a finals de l'exercici sense beneficis ni pèrdues.

SEGON.- No es planteja cap prec ni cap pregunta.

I sense més assumptes que tractar, es dona per finalitzada la sessió quan son les 11 hores, elaborant-se la present acta, que és llegida pel Secretari i aprovada per tots els presents.

El Secretari.
SANTIAGO TARINAS SALICHS

V.P. de la Presidenta.
CONXITA CAMPOY MARTÍ



Malgrat Turisme, S.L.
N.I.F. B- 65324220
Bellajr, 2
08380 Malgrat de Mar

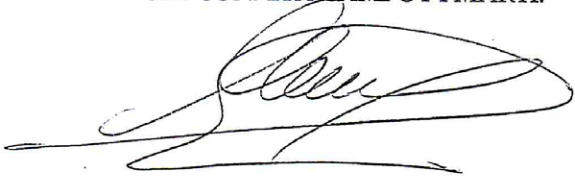
REUNIÓ DEL CONSELL D'ADMINISTRACIÓ
DE MALGRAT TURISME, S.L.

11 de novembre de 2014

A Malgrat de Mar, quan són les 10:00 hores del dia 11 de novembre de 2014, es troben reunits els següent membres del Consell d'Administració, que signen la següent

LLISTA D'ASSISTENTS

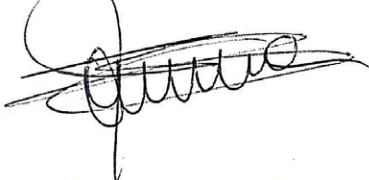
✕ Sra. CONXITA CAMPOY I MARTÍ.



✕ Sr. JOAN MERCADER CARBÓ.



✕ Sra. MARIA CARMEN PONSÀ MONGE.



Sra. ANNA MARIA ANGLADA MAS.

NO ASSISTEIX

✕ Sr. JORDI MEDINA MOYA.



Sra. ANA VEGA RAYA.

no assisteix

✕ Sra. MARTA VAZQUEZ CAMPS.



REUNIÓ DEL CONSELL D'ADMINISTRACIÓ
DE MALGRAT TURISME, S.L.

11 de novembre de 2014

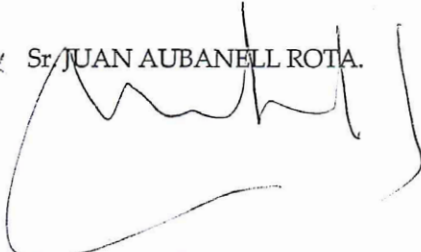
X Sr. JORDI GARRIGA MAS.



Sra. MARIA CRISTINA DALMAU I COLL.

NO ASSISTEIX

X Sr. JUAN AUBANELL ROTA.



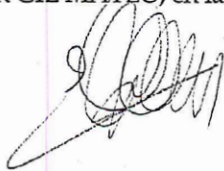
Sra. M^a PILAR PUMAROLA CIRIA.



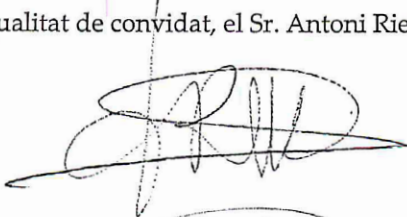
Sr. SANTIAGO LINARES LOPEZ.

No assisteix

Sra. ESTER GIL MATEU, en la seva qualitat de Gerent de la Companyia.



En qualitat de convidat, el Sr. Antoni Riera Santarén.



Assisteix com a Secretari no Conseller el Sr. SANTIAGO TARINAS SALICHS.

