**PERIODO 2022-2023**

**INFORMACIÓN RELATIVA A LAS FUNCIONES QUE DESARROLLA**

**PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.**

Promotur Turismo Canarias, S.A. es una sociedad mercantil pública adscrita a la Consejería de Turismo y Empleo del Gobierno de Canarias, responsable de ***la gestión de la marca turística ISLAS CANARIAS.***

La actividad de la empresa se estructura principalmente a partir del nuevo marco estratégico para el periodo 2022-2023, cuya misión es determinar el modelo básico de actuación de la entidad para el periodo de referencia, establece los siguientes objetivos estratégicos para PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.:

* **Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario**

Cuando los expertos comienzan a definir el futuro post-pandemia como un mundo BANI (acrónimo en inglés de frágil, ansioso, no lineal e incomprensible), la única opción es incrementar la capacidad de prevención y adaptación del modelo turístico canario ante los cambios que están por venir.

* **Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria**

En consonancia con los ODS y la Agenda 2030, las expectativas de los turistas y el futuro del turismo canario, es necesario incrementar el compromiso con la reducción de las emisiones de carbono de todas las actividades vinculadas al turismo.

* **Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y los ciudadanos de Canarias**

El éxito del turismo canario pasa por hacer que el resto de la actividad económica de Canarias aproveche más y mejor la tracción que puede llegar a ofrecer en términos de generación de riqueza, empleo y bienestar social extendiendo su cadena de valor al resto de sectores y potenciando su capacidad de innovación.

Para el cumplimiento de estos objetivos, se establecen los siguientes ejes de actuación:

1. **El liderazgo digital**

Lo digital no es solo una tecnología para la mejora de procesos y potenciación de la promoción. Con un potencial de aceleración de la obsolescencia más que acreditado, la digitalización es el elemento clave para la transformación del modelo turístico canario. Solo desde una perspectiva compartida de liderazgo digital a nivel global es posible desarrollar esa transformación y garantizar la competitividad futura de Canarias.

1. **La conexión directa con el visitante**

La incorporación de tecnologías de unificación y atribución de datos y otras herramientas permite la implementación de estrategias de promoción y comercialización que supere, mejorándolo, el concepto de segmentación para apostar por el desarrollo de una conexión directa y personalizada con cada visitante actual o potencial.

1. **La puesta en valor del conocimiento**

El acceso a la información y la transformación de esta en valor para el ecosistema turístico canario desde un enfoque abierto a la colaboración y compartición es una poderosa herramienta competitiva gracias a la aceleración de los procesos de captación y explotación de datos impulsados por la tecnología.

1. **La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología**

Cuando se acrecientan los cambios en el consumo turístico y la madurez del destino Islas Canarias puede convertirse en una amenaza, la mejora del producto turístico es una necesidad que requiere de iniciativas destinadas a promover la innovación, la creatividad y la tecnología en todos sus ámbitos.

1. **La extensión y cohesión de la cadena de valor**

Incrementar la presencia del “componente canario” en todas las prestaciones turísticas, desde el alojamiento a la restauración o el ocio, y fomentar que sus beneficios alcancen a más personas, actividades, empresas y territorios hará más competitivo y sostenible al modelo turístico canario.

1. **El aprendizaje y la iteración constante**

Frente a la actual situación de alta incertidumbre y cambio, el aprendizaje y la iteración constante para potenciar las capacidades de anticipación y adaptación debe ser un objetivo compartido por PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A. y el resto del ecosistema turístico de las Islas.

1. **El empoderamiento del destino**

El turismo es una actividad compleja de dimensión global caracterizada por la dicotomía origen-destino. En ella, los destinos han estado, tradicionalmente, y Canarias no es una excepción, en una posición supeditada a objetivos externos. El reto hoy es ayudar a superar esa dicotomía para alcanzar un mayor grado de control de todo el proceso productivo turístico desde la confluencia y la cooperación con todos los agentes implicados.

Estos ejes de actuación se implementan a través de las distintas **Líneas de Actuación**:

En este marco, se ha aprobado un **Instrumento de Planificación Estratégica** de PROMOTUR y se elabora y se aprueba por el Consejo de Administración, **un plan de Actuaciones para 2023**, que formulan las estrategias básicas de actuación a desarrollar por PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A. (en adelante, Turismo de Islas Canarias) durante el periodo 2022-2024 con el objetivo de impulsar la transformación del modelo turístico canario para la mejora de su resiliencia, el incremento de su compromiso con la neutralidad climática y la potenciación de su capacidad de generar valor en favor de la economía y los ciudadanos de Canarias. La estrategia formulada en el mencionado Plan Estratégico se declina a través de un mapa de aplicación ordenador a partir de sus tres áreas de actividades clave y una cuarta área de actividades de soporte:

* Área de Generación de Demanda
* Área de Gestión de la Demanda
* Área de Mejora de la Oferta
* Área de Soporte

Entre otras, las líneas de actuación establecidas para 2022-2024, a partir de los factores de cambio y objetivos operativos señalados son las siguientes:

**Área de Generación de Demanda:**

El área de generación de demanda comprende todas aquellas actuaciones dirigidas a captar visitantes y/o promover el consumo por parte de ellos de productos, servicios y experiencias durante las etapas de soñar, descubrir, reservar y planificar el viaje del turista. Estas actuaciones se desarrollan tanto de manera directa y personalizada al turista actual o potencial como a través de turoperadores, OTAs y agencias de viaje en origen.

Corresponden al área de generación de demanda los siguientes programas de actuación:

* Programa de promoción dirigido al cliente final
* Programa de promoción dirigido al profesional

**Área de Gestión de la Demanda:**

Comprende el área de gestión de la demanda todas las actuaciones cuyo objetivo es identificar y explotar las oportunidades de captar valor para el modelo turístico canario a partir de las relaciones que se establecen entre las empresas turísticas (y no turísticas) y los turistas en las etapas de reservar, planificar, viajar, recomendar y recordar del viaje del turista.

Corresponden al área de gestión de la demanda los siguientes programas de actuación:

* Programa de comercialización lado proveedor
* Programa de comercialización lado cliente

**Área de Mejora de la Oferta:**

Están comprendidas en esta área de actividad todas las actuaciones cuyo objetivo es impulsar mejoras en la oferta turística de las Islas Canarias, entendida esta como el conjunto de recursos, infraestructuras, servicios, productos y experiencias que se localizan en el destino o que facilitan el acceso al mismo a sus visitantes.

Corresponden al área de mejora de la oferta los siguientes programas de actuación:

* Programa de mejora de la conectividad
* Programa de sostenibilidad ambiental
* Programa de mejora de producto turístico

**Área de Soporte:**

Corresponden al área de soporte los siguientes programas de actuación:

* Programa de digitalización y tecnología. El objetivo es impulsar la digitalización del destino Islas Canarias facilitando al sector y a las instituciones el despliegue de productos/soluciones de software en sistemas de alta capacidad, fiabilidad y rendimientos ofreciendo servicios de forma segura, rápida y fiable, así como la digitalización de la industria turística a través de la gestión de proyectos innovadores de desarrollo tecnológico que nos ayuden a construir un sólido e innovador ecosistema digital del Destino Turístico Islas Canarias que nos permita ser más resilientes y competitivos.
* Programa de inteligencia turística y planificación. El objeto es contribuir a la mejora de la competitividad de la oferta turística canaria a través de la investigación, la gestión del conocimiento y la gestión de datos a fin de integrar el conocimiento del cliente, de la competencia, de la cadena de valor turística en su conjunto y del entorno en el proceso de toma de decisiones y de gestión de procesos de Turismo de Islas Canarias y de la industria turística canaria, así como a través de planes y programas de actuación con la finalidad de dotar a Turismo de Islas Canarias y, en su caso, a la industria turística canaria, de instrumentos de ordenación y optimización de sus actuaciones en desarrollo y profundización del contenido del Plan Estratégico.
* Programa de comunicación corporativa, relaciones institucionales y gestión de crisis. El objeto del Plan de comunicación corporativa y relaciones institucionales es informar y sensibilizar acerca de los distintos ejes de actuación recogidos en el Plan Estratégico promoviendo conciencia y conocimiento de buenas prácticas y casos de éxito localizados en Canarias. El plan comprende la realización de proyectos, campañas y acciones de sensibilización y comunicación en todo tipo de medios propios, pagados y ganados, tanto on-line como off-line dirigidos a profesionales del sector privado y público en destino y a la ciudadanía de Canarias. Por otro lado, el Plan de gestión de crisis tiene por objeto identificar los riesgos reputacionales para el destino Islas Canarias y definir, optimizar y ejecutar el protocolo de comunicación de crisis en escenarios de esta consideración en función de las diferentes audiencias meta. Además, contempla la realización de actividades formativas y de sensibilización para agentes clave del sector público y privado en la gestión de potenciales crisis reputacionales.

**PERIODO 2021-2022**

**INFORMACIÓN RELATIVA A LAS FUNCIONES QUE DESARROLLA**

**PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.**

Promotur Turismo Canarias, S.A. es una sociedad mercantil pública adscrita a la Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, responsable de ***la gestión de la marca turística Islas Canarias***.

La actividad de la empresa se estructura principalmente a partir del marco de actuación definido en la Estrategia Canarias Destino de la marca Islas Canarias y en los correspondientes planes de actuación anuales. Este marco estratégico está determinado por tres objetivos identificados para el periodo 2021-2022:

- La mejora de la resiliencia del modelo turístico canario

- El incremento del compromiso con la neutralidad climática

- La potenciación de la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y los ciudadanos de Canarias

Para el cumplimiento de estos objetivos, se establecen los siguientes ejes de actuación:

- El liderazgo digital

- La conexión directa con el visitante

- La gestión del conocimiento

- La innovación y la creatividad

- La extensión y cohesión de la cadena de valor

- El aprendizaje y la iteración constante

- El empoderamiento del destino

- La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada

Estos ejes de actuación se implementan a través de distintos programas de actuación:

Programa de digitalización

El Programa de digitalización tiene por objeto la creación de una plataforma digital única del destino Islas Canarias orientada a la organización y potenciación del ecosistema turístico canario en su globalidad a través del concepto “gemelo digital” y la adopción de los nuevos modelos de negocio de las plataformas digitales junto al despliegue de todo tipo de capacidades tecnológicas.

Programa de mejora de la conectividad

El Programa de mejora de la conectividad tiene por finalidad impulsar de la recuperación de la conectividad aérea de las Islas con sus distintos mercados emisores y la apertura de nuevas rutas a nuevos mercados a través de:

- Plan de incentivos a nuevas rutas

- Seguimiento e interlocución permanente

- Asistencia a ferias del sector

- Otros proyectos para la mejora de la conectividad

Programa de inteligencia turística y planificación

El Programa de inteligencia turística y planificación contempla el desarrollo de actuaciones dirigidas a incrementar, gestionar y divulgar el conocimiento actualizado del cliente y de la actividad turística en general como base para la correcta toma de decisiones y garantizar la coherencia y consistencia estratégica de la actividad de Turismo de Islas Canarias a través de:

- Proyectos de investigación y estudios de conocimiento del cliente y de la oferta

- Gestión estratégica de la marca Islas Canarias

- Servicio de estadísticas

- Elaboración de planes e informes

Programa de descarbonización

El Programa de descarbonización tiene por objetivo contribuir al compromiso de reducción de las emisiones de carbono de las actividades vinculadas al turismo a través de la medición de la huella de carbono y del grado de circularidad del producto turístico canario, siendo sus principales actuaciones previstas en 2021:

- Proyecto para la medición de la huella de carbono

- Proyectos de sensibilización y promoción de la sostenibilidad en origen y en destino

- Proyectos de reforestación y compensación huella de carbono en destino

Programa de mejora de producto

El Programa de mejora de producto está orientado a la potenciación de la innovación en la oferta turística canaria para impulsar su renovación, diversidad y atractivo y, por tanto, su competitividad; a través de:

- Hub de innovación Canarias Destino

- Plan de eventos en destino

- Plan Canarias Fortaleza

- Plan de formación para los profesionales del sector

- Otros proyectos de innovación y mejora de producto

Programa de cooperación

El Programa de cooperación está dirigido a la gestión de proyectos de cooperación público-pública y de proyectos de cooperación público-privada con el sector turístico en destino, turoperadores, líneas aéreas y otros operadores turísticos y empresas canarias de otros sectores distintos del turístico.

Programa de sensibilización

El Programa de sensibilización está orientado a poner en valor la actividad turística en su conjunto entre la sociedad canaria y a promover el compromiso y la participación de profesionales del sector, residentes y visitantes en la consecución de los objetivos de la estrategia Canarias Destino y de sus ejes de actuación a través de:

- Proyectos de sensibilización dirigidos al sector, al visitante y al residente

- Proyectos de comunicación corporativa

- Plan de comunicación y gestión de crisis

Programa de promoción

El Programa de promoción se desarrolla a través de la gestión o puesta en marcha, en su caso, de los siguientes planes de promoción y comunicación:

1. - Plan de promoción turismo de sol y playa

2.- Plan de promoción turismo de naturaleza

3.- Plan de promoción turismo cultural

4. - Plan de promoción turismo LGTB

5.- Plan de promoción turismo interno

6.- Plan de promoción turismo de larga estancia (turismo silver, remote workers y entrenamiento deportivo)

7. - Plan de comunicación en destino

8. - Plan de comunicación pull (medios propios)

9.- Plan de comunicación b2b

Cada uno de estos planes integra distintas campañas, acciones y proyectos a lo largo del año facilitando la planificación, diseño e implementación de una promoción segmentada por tipologías de producto turístico, de etapas del customer journey, de medios y/o de audiencias, tanto en el ámbito b2c como b2b.