

## 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 en los últimos años se estructura principalmente a partir del marco de actuación definido en el Plan de Marketing Estratégico 2018-2022 de la marca Islas Canarias y en los correspondientes planes anuales de marketing. Este marco estratégico está determinado por cuatro retos identificados para todo el periodo 2018-2022:

- Consolidación del liderazgo turístico internacional alcanzado
- Diversificación de mercados
- Diversificación de clientes
- Diferenciación de la oferta a través de la identidad

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

- Mantenimiento / recuperación cuota de mercado en mercados clave
- Incremento del gasto en destino de los visitantes
- Extensión geográfica de la actividad económica derivada del turismo
- Extensión de la cadena de valor de la actividad turística
- Disminución de la concentración de riesgo en mercados de origen tradicionales
- Disminución de la concentración de riesgo en segmentos vinculados exclusivamente al disfrute de la oferta tradicional de sol y playa
- Potenciación de los canales directos de comunicación y comercialización
- Renovación de la imagen de Canarias como conjunto de destinos turísticos en sus mercados clave
- Potenciación de la identidad como herramienta de diferenciación
- Potenciación de la implicación de la sociedad canaria y los agentes económicos

Para conseguir estos objetivos, la empresa realiza las siguientes medidas o líneas de trabajo:

- Actividad de promoción turística hacia todos los mercados de interés de Canarias (en 15 idiomas distintos) y todos los segmentos meta de clientes.
- Priorización de las acciones vinculadas al reto 'Consolidación del liderazgo turístico internacional alcanzado' y a los objetivos: 'Mantenimiento / recuperación cuota de mercado en mercados clave' y 'Renovación de la imagen de Canarias como conjunto de destinos turísticos en sus mercados clave' sin renunciar a actuaciones vinculadas al resto de retos y objetivos.
- Focalización de la inversión promocional y, en su caso, de mejora de la conectividad en los países clave para el turismo de las Islas Canarias y, en concreto en aquellos que mejores previsiones de comportamiento mantienen en cuanto a consumo turístico, sin desatender oportunidades de otros mercados, sobre todo en el ámbito de la conectividad a través del Fondo para Desarrollo de Vuelos para incentivar nuevas rutas.
- Incremento de la inversión en proyectos de inteligencia turística para actualizar el conocimiento del mercado turístico que nos permita anticipar tendencias y una mejor toma de decisiones respecto a la mejor estrategia a seguir en el actual contexto.
- Vinculación más directa de la inversión promocional a las fases de decisión final del cliente potencial (incrementando las acciones de comunicación push en las etapas de inspiración y compra) con el objetivo de perseguir resultados a más corto plazo frente a las acciones de branding y comunicación pull, más orientadas al medio plazo.
- Incremento de la presencia de los contenidos medioambientales en la promoción turística como un factor de importancia creciente en la toma de decisiones del turista orientado a minimizar las barreras

que el compromiso medioambiental construye en torno al concepto de vacaciones en un destino maduro y alejado.

- Sostenimiento de la confianza en la oferta turística canaria y su competitividad promoviendo la innovación y la difusión del conocimiento turístico como herramientas básicas para la sostenibilidad en el tiempo de nuestro modelo turístico y su competitividad.

Estas medidas se implementan a través de distintos programas de actuación:

#### Programa de Inteligencia Turística y Planificación

Este programa contempla el desarrollo de actuaciones dirigidas a integrar el conocimiento actualizado del cliente, de sus motivaciones, necesidades y expectativas, como base para la correcta toma de decisiones, no sólo en lo referido estrictamente a la promoción, sino en todo el ámbito turístico. Asimismo, se contempla mejorar el acceso, análisis y gestión de datos referido a la industria turística en su conjunto (demanda, oferta, tendencias, etc.), incluida la realización de estudios y análisis *ad hoc*.

Las principales actuaciones en desarrollo son:

- Gestión estratégica y creativa de la marca Islas Canarias
- Seguimiento de reservas en principales mercados meta
- Sistema de información turística
- Estudio demanda mercados alemán y países nórdicos
- Track de marca (estudio mercados de interés)

#### Programa de Comunicación al Cliente Final

Este programa está dirigido, prioritariamente, a la defensa de nuestro liderazgo turístico en los mercados clave de la marca Islas Canarias, poniendo el foco en los segmentos de clientes que mayor volumen de visitantes generan en las islas, atendiendo siempre a las singularidades de cada una de ellas. Estos segmentos son:

Turistas Interesados en disfrutar del destino de una manera integral, incluida una amplia y diversa oferta complementaria como la que ofrece Canarias (gastronomía, turismo activo, senderismo, visitas de interés, vida en el exterior, etc.). Un turismo de sol y playa plus diferenciado de otros destinos cuya propuesta de valor se centra, sobre todo, en el alojamiento.

Turistas amantes de la naturaleza y apasionados del senderismo, especialmente en el caso de las islas de La Palma, La Gomera y El Hierro.

Esta comunicación se hace a través de las siguientes plataformas de comunicación de la marca Islas Canarias:

- Vuelve a brillar (turismo de sol y playa plus)
- La gran aventura juntos (turismo de sol y playa familiar)
- La energía que te espera (turismo de espacios naturales)
- The other map (turismo de sol y playa para segmento "sibaritas modernos")
- Saca tus vacaciones del armario (turismo de sol y playa para segmento LGTB)
- Y además se come bien (turismo sol y playa plus + gastronomía)
- Sí quiero Islas Canarias (turismo de bodas)
- Islas a la vista (turismo de cruceros)
- Senderos de verdad (turismo de espacios naturales / senderismo)
- Open 365 (turismo activo / golf)
- Inmersión en alta definición (turismo activo / buceo)
- The canary way of surf (turismo activo / deportes de viento y olas)
- El mar de los alisios (turismo activo / navegación)
- Blue marlin zone (turismo activo / pesca de altura)

- Reserva de la extemosfera (turismo activo / deportes en la naturaleza)
- Sentir más, siempre (turismo cultural)

Cada plataforma, a partir de un concepto de comunicación diferenciado, se declina a partir de todo tipo de medios (propios, ganados y pagados), contenidos (audiovisuales, gráficos y redaccionales), acciones de comunicación, patrocinios, eventos y otras tipologías de actuaciones de comunicación.

#### Programa de Conectividad

Este programa contempla dar continuidad al impulso continuo para mejora de la conectividad aérea de las Islas con sus distintos mercados meta turísticos a través de la gestión de la convocatoria abierta del Fondo de Desarrollo de Vuelos de Canarias, la promoción de las ventajas que ofrecen las islas a las compañías áreas y en general a la industria aeronáutica a través de encuentros profesionales, participación en ferias y foros especializados, interlocución con Aena y monitorización de la actividad aérea internacional.

#### Programa de Cooperación

El programa de cooperación está dirigido a la gestión de las líneas de colaboración con las distintas entidades de promoción turística de las islas y otras instituciones y organizaciones.

#### Programa de innovación

El programa de innovación está orientado al fomento de la incorporación de metodologías, herramientas y actuaciones innovadoras en el sector turístico canario en el ámbito del marketing: nuevos productos y servicios, comercialización y comunicación, inteligencia turística, big data, etc.

#### Programa de Branding

El programa de branding desarrolla múltiples acciones dirigidas al desarrollo de la identidad digital de la marca turística Islas Canarias en buscadores y RRSS en los distintos mercados meta de la marca Islas Canarias.

#### Programa de Comunicación Profesional

El programa de comunicación profesional integra todas las actuaciones dirigidas a promover las Islas Canarias como conjunto de destinos turísticos entre el público profesional del sector turístico, tanto local como internacional. Este programa se estructura a través de plataformas de comunicación, a su vez compuestas por medios, contenidos, acciones de comunicación, patrocinios, eventos y otras tipologías de actuaciones de comunicación. Estas plataformas son de comunicación profesional genérica, de turismo MICE y de turismo deportivo.

#### Programa de Fidelización y Prescripción

El programa de fidelización contempla el desarrollo del proyecto DMP para la gestión de la comunicación directa con clientes actuales y potenciales y el desarrollo de su sistema de gestión de clientes para promover la repetición y activar su poder de prescripción a amigos, familiares y contactos sociales.