

**INFORME ECONÓMICO DE PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A., A
31 DE DICIEMBRE DE 2022, DE CONFORMIDAD CON EL ACUERDO
SOBRE MEDIDAS REGULADORAS DE RACIONALIZACIÓN DEL
SECTOR PÚBLICO EMPRESARIAL DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA
DE CANARIAS. (CONSEJERÍAS DE PRESIDENCIA Y JUSTICIA Y DE
ECONOMÍA Y HACIENDA)**

DICIEMBRE 2022

INDICE	PAG
Introducción	3
A) Análisis de la evolución y cumplimiento de los objetivos de la entidad en el ejercicio.	4
B) Estados contables, balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias, correspondientes al periodo en cuestión.	14
C) Análisis y justificación de las desviaciones económicas sobre la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y Balance de Situación aprobados por el Parlamento de Canarias.	17
D) Informe de la política de personal, justificando específicamente el cumplimiento de lo establecido en la Ley Anual de Presupuestos.	24
E) Informe sobre operaciones concertadas de endeudamiento.	24
F) Cualquier otra contingencia o hecho que dada su relevancia pueda afectar a la marcha de la empresa.	24
G) Análisis detallado sobre el alcance, y en su caso justificación, de las discrepancias, reservas, salvedades o incumplimientos manifestados por los auditores en sus informes, así como sobre las medidas a adoptar.	24

INTRODUCCIÓN

El presente informe se realiza de conformidad con lo previsto en el Acuerdo de Gobierno de fecha 4 de octubre de 2005, sobre modificación de otro de 1 de junio de 2004, de medidas reguladoras de racionalización del sector público empresarial de la Comunidad Autónoma de Canarias. (Consejerías de Presidencia y Justicia y de Economía y Hacienda), y está referido a los resultados de la empresa a 31 de diciembre de 2022.

A) Análisis de la evolución y cumplimiento de los objetivos de la entidad en el ejercicio.

Desde el primer trimestre de 2020, la grave pandemia provocada por el COVID-19 ha afectado profundamente a la actividad turística canaria, llevando al límite la capacidad de resistencia de sus empresas y de su capital humano e, incluso, de su propio modelo productivo. Un contexto al que nunca se había enfrentado y que ha tenido continuidad en 2021 y en el primer trimestre de 2022. A comienzos de ese año, y tras 12 meses desde el inicio de la pandemia y el cero turístico consiguiente, la mayor parte de los mercados turísticos se encontraban en cuarentena y con fuertes restricciones a la movilidad.

En consecuencia, el turismo canario, que había perdido en 2020 más de la mitad de su volumen de negocio respecto al año anterior -reduciendo su contribución a la economía canaria del 33% de 2019 al 17,8%-, terminó 2021 con indicadores mejorados. Al finalizar el año, la recuperación había alcanzado el 59% del PIB turístico, con una facturación de 8.834 millones de euros, respecto al último ejercicio prepandémico, cuando alcanzó los 14.903 millones de euros.

Terminaba así el más atípico y complejo periodo de la historia de la industria turística en Canarias y en el mundo. Un periodo convulso del que las Islas han salido reforzadas, como demuestran los datos de 2022. Hoy Canarias es un destino aún más líder en Europa gracias a un sector que ha incrementado su volumen de facturación global un 13,2%, alcanzado los 16.863 millones respecto a 2019, último año de actividad normalizada. Lo ha conseguido gracias a la subida del 16,8% en gasto diario, o del 17,1% en gasto por viaje de los turistas, y ello a pesar de recibir un 3,3% menos de visitantes¹.

Un sector que, además, ha sido capaz de crecer en empleo, no solo recuperando todos aquellos puestos de trabajo perdidos durante la pandemia, sino con significativos incrementos. Asimismo, la rentabilidad de las empresas turísticas ha mejorado considerablemente, así como la recaudación fiscal derivada del consumo turístico. Y todo ello con una recuperación del 96,7% en el volumen de

¹ Fuente: ISTAC (EGT)

visitantes respecto al mismo año. Es decir, que, con un número similar o inferior de turistas, el turismo canario es hoy más competitivo y posee una mayor capacidad de creación de riqueza y empleo. Una recuperación exitosa que ha llegado, obviamente, de la mano de la capacidad y experiencia de empresas y profesionales que han reaccionado de manera extraordinaria a un reto que amenazó profundamente al futuro de nuestra principal actividad económica.

Para ello, Turismo de Islas Canarias multiplicó sus iniciativas con proyectos como **Canarias Fortaleza**, que proyectó una sólida imagen internacional de gestión, responsabilidad y seguridad por parte del destino, además de permitir desarrollar la actividad turística en los estrechos márgenes que la realidad permitía. Aquellas actuaciones son parte de la base sobre la que se ha construido la exitosa recuperación turística en la que hoy nos encontramos. Como lo fue la formalización, en 2020, del seguro suscrito con la compañía AXA para ofrecer una cobertura de viaje a los turistas que se vieran afectados por la covid durante su estancia en el archipiélago y que estuvo vigente, incluido un servicio telefónico de apoyo, hasta marzo de 2022.

Por otro lado, desde una perspectiva proactiva con la mirada ya puesta en el medio plazo, se asumió la definición y puesta en marcha de **Canarias Destino**, una nueva estrategia que pudiera ser compartida por los agentes económicos implicados y la ciudadanía para dar respuesta al nuevo ciclo al que se enfrenta la industria turística, una vez superada la crisis sanitaria, a través de la transformación del modelo turístico canario. Así, el 31 de marzo de 2022, el Consejo de Administración de la entidad aprobó el **Plan Estratégico Canarias Destino 2022-2024 y el Plan de Actuación 2022**.

La financiación incorporada a PROMOTUR para dichas actividades comprende las cantidades siguientes:

APORTACIONES DINERARIAS	DISPONIBLE 2022	ANUALIDAD
Gastos de explotación	2.327.888,00	2022
Desarrollo actividad promocional	7.500.000,00	2022
Desarrollo actividad promocional (FEDER)	10.600.000,00	2022
Promoción turística REACT-EU	37.628.230,52	2021-2023
Promoción red museística de Canarias	572.954,53	2021-2022
Plan de dinamización turística del Norte de La Gomera 2020	82.971,82	2020-2022
Plan de dinamización turística del Norte de La Gomera 2021	422.000,00	2021-2023
Bono Turístico La Palma	5.733.750,00	2022-2023
Promoción turística (Thomas Cook)	1.915.756,52	2020-2022
Sistema de información en destino MIS (Thomas Cook)	16.872,01	2020-2022
Sistema de información del destino (Thomas Cook)	400.000,00	2020-2022
Gestión Cartera Productos y Eventos (Thomas Cook)	360.000,00	2020-2022
Gestión Fondo de Ayuda y Recuperación	148.705,12	2022-2023
TOTAL	67.709.128,52	

ENCARGOS DEL EJERCICIO 2022	
Proyecto Información Tecnológica Management Office	50.000,00
Revisión y ampliación Stma. Inform. Turística perfiles de turistas	80.000,00
Convenio Gestión IBI	100.000,00
TOTAL	230.000,00 €

ACTUACIONES 2022

A continuación, se presenta tabla con seguimiento de la ejecución económica del Plan de Actuaciones 2022.

SEGUIMIENTO EJECUCIÓN PLAN DE ACTUACIÓN 2022				
	PRESUP.	REALIZADO	DIF.	% EJECUCIÓN
ÁREA DE MEJORA DE LA OFERTA				
1. Programa de mejora de la conectividad	5.775.000	214.867	-5.560.133	3,7%
01. Plan de incentivos a la mejora de la conectividad	5.650.000	0	-5.650.000	0,0%
02. Plan de fomento de la conectividad	125.000	214.867	89.867	171,9%
2. Programa de sostenibilidad ambiental	1.692.861	1.334.661	-358.200	78,8%
03. Plan de Acción Climática	347.556	185.801	-161.755	53,5%
04. Plan de sensibilización	1.345.305	1.148.860	-196.445	85,4%
3. Programa de mejora de producto turístico	8.480.483	5.807.935	-2.672.548	68,5%
05. Hub de innovación	689.035	85.798	-603.237	12,5%
06. Plan de apoyo a la organización de eventos en destino	7.000.000	5.622.106	-1.377.894	80,3%
07. Plan de gestión de mejora de producto	791.448	100.031	-691.417	12,6%
ÁREA DE GENERACIÓN DE DEMANADA				
4. Programa de promoción al cliente final	22.015.250	21.921.699	-93.551	99,6%
8. Plan de promoción sol y playa +	9.136.000	9.100.759	-35.241	99,6%
9. Plan de promoción de producto turístico	3.551.000	3.564.106	13.106	100,4%
10. Plan de promoción de segmentos específico	4.967.500	5.067.431	99.931	102,0%
11. Plan de promoción a través de medios propios	4.360.750	4.189.403	-171.347	96,1%
5. Plan de promoción al profesional en origen	3.470.000	3.009.201	-460.799	86,7%
12. Plan de promoción al profesional en origen	3.470.000	3.009.201	-460.799	86,7%
ÁREA DE GESTIÓN DE LA DEMANADA.				
6. Programa de comercialización lado del proveedor	600.000	29.060	-570.940	4,8%
13. Plan de gestión	300.000	1.495	-298.505	0,5%
14. Plan de gestión on-boardings empresas y entidades intermedias	200.000	27.565	-172.435	13,8%
15. Plan de gestión on-boardings sociedades promoción insulares	100.000	0	-100.000	0,0%
7. Programa de comercialización lado del cliente	8.045.764	4.874.383	-3.171.381	60,6%
16. Plan de atención al turista	600.000	0	-600.000	0,0%
17. Plan de comunicación en destino	615.000	398.544	-216.456	64,8%
18. Plan de fidelización	6.100.490	3.745.788	-2.354.702	61,4%
19. Plan de gestión de proyectos de mejora de experiencia de cliente	730.274	730.052	-222	100,0%
ÁREA DE SOPORTE				
8. Programa de digitalización	3.116.165	890.265	-2.225.900	28,6%
20. Plan de infraestructuras	557.120	335.737	-221.383	60,3%
21. Plan de consultoría y desarrollo de soluciones	2.559.045	554.527	-2.004.518	21,7%
9. Programa de inteligencia turística y planificación	2.236.726	2.076.768	-159.958	92,8%
22. Plan de gestión de proyectos de inteligencia turística	576.450	2.010.430	1.433.980	348,8%
23. Plan de gestión de planificación	1.660.276	66.338	-1.593.938	4,0%
10. Programa de comunic. Corporativa, RRII y gestión de crisis	852.400	599.980	-252.420	70,4%
24. Plan de comunicación corporativa	672.400	501.415	-170.985	74,6%
25. Plan de gestión de crisis	180.000	98.565	-81.435	54,8%
11. Programa de explotación	3.982.758	2.999.400	-983.358	75,3%
26. Plan de explotación	3.982.758	2.999.400	-983.358	75,3%
TOTAL GENERAL	60.267.407	43.758.220	-16.509.187	72,6%

Fuente: Sistema de Gestión Promotur (Pentajo)

De la misma se desprende directamente que el grado de ejecución general del Plan de Actuaciones 2022 es de un 72,6 %.

Si bien se necesita realizar las siguientes consideraciones los efectos de ver un dato con mayor significado sobre el grado de ejecución.

El Plan de incentivos a la conectividad, a pesar de haber sido previsto en el contexto de alta incertidumbre por la llegada de la variante OMICRON, desde el primer trimestre de 2022 se hizo evidente la recuperación toda la conectividad prepandemia, y dejó de tener sentido lanzar convocatorias de incentivos para la recuperación de la conectividad, por tanto, la decisión acertada fue la de no ejecutar dicho programa. No obstante, hay señalar que el equipo de Promotur si realizó y publicó unas bases indefinidas de conectividad, sin llegar a lanzar convocatoria alguna. Adicionalmente se trabajó para la renovación del Fondo de Desarrollo de Vuelos y con esta autorización europea ya renovada se publicó una convocatoria extraordinaria para la isla de La Palma.

En segundo lugar, hay que señalar que en 2022 finalizaron importantes contratos suscritos por la entidad en los años 2017-2018, como los de comprar de medios online y off line o el de servicios tecnológicos, que, si bien han sido licitados y adjudicados de nuevo, supusieron una importante ralentización en la ejecución del plan de actuaciones, con especial incidencia en el programa de digitalización.

Por último, hay que informar que el programa de gestión de Promotur, utilizado para el seguimiento, gestión y control de las acciones realizadas por la entidad, no recoge determinados gastos de explotación.

Con estas consideraciones y especialmente con la primera y última, si anulamos su efecto, **el grado de ejecución del plan de actuaciones se incrementa hasta el 83,6 %**. Por lo que podemos razonablemente asumir que la entidad cumplió con los objetivos de su Plan de Actuación de 2022.

Se detalla a continuación las principales acciones realizadas en el **Área de mejora de la demanda y comunicación**.

Las actuaciones se desarrollarán mediante tres programas: promoción al cliente final, promoción dirigida al profesional y comunicación corporativa y gestión de crisis.

Programa de promoción al cliente final

En 2022, la promoción del destino Islas Canarias alcanzó más de dos mil millones de impactos a potenciales visitantes a través de más de nueve mil anuncios y contenidos distribuidos en todo tipo de medios digitales de 20 países distintos. Una actividad que se desarrolla de manera constante todos los días del año, siguiendo una estrategia de estar “siempre conectados” a la audiencia, complementada con campañas tácticas en las épocas cuando más se intensifican las reservas, que han incluido, además, desde acciones especiales en exterior a programas de televisión como Discovering Canary Islands, primer reality de aventuras paneuropeo, considerado uno de los mayores proyectos de contenidos de Europa en 2022 y merecedor del Gran Premio al Mejor Branded Content en España del año en los premios BCMA 2022, emitido en la plataforma de televisión Rakuten, y que ha sido visto hasta la fecha por más de 31 millones de europeos; o Hidden Canary Islands, dirigido a turistas norteamericanos, que se está emitiendo en la televisión pública norteamericana PBS y en las plataformas Apple TV y Amazon Prime.

Turismo de sol y playa, de naturaleza, activo, cultural, LGTBI y turismo interno, además del de larga estancia, son las tipologías que han protagonizado las actuaciones de promoción dirigidas al cliente final durante 2022.

Además, esta promoción es cada día más personalizada a través del uso de tecnologías de recopilación, gestión y medición de datos para un mejor conocimiento del cliente, que permiten optimizar el impacto de la actividad promocional. Así, se realizó una campaña de manera conjunta con el grupo tecnológico Amadeus y su ecosistema digital Travel Audience para atraer a turistas alemanes y británicos en los primeros meses del año 2022 y adelantar, además, las reservas de cara a ese verano, siendo enero y febrero un periodo decisivo para las reservas estivales, al menos antes de la crisis sanitaria.

Igualmente, se ha desarrollado una experiencia piloto de colaboración público-privada de compartición de datos para el desarrollo de actividades de promoción colaborativas con el sector privado.

Finalmente, las principales campañas o acciones realizadas en 2022 para cada uno de los tres planes:

Plan de promoción de sol y playa+:

Campaña nacional La Palma.

Campaña nacional Semana Santa.

Campaña nacional verano.

Campaña internacional Amadeus.

Campaña internacional verano Turespaña.

Campaña internacional invierno.

Coproducciones audiovisuales con partners de referencia para ser difundidas a través de plataformas digitales líderes, y campañas de difusión asociadas, Discovering Canary Islands (Europa), Hidden Canary Islands (USA) y Acoustic Home Canarias (España).

Plan de promoción de producto turístico:

Turismo de naturaleza e islas

Campaña internacional La vuelta al mundo en 8 islas.

Producciones de contenido y campañas sobre producto tradicional canario.

Turismo activo

Desarrollo del producto y campañas asociadas “Camino de Santiago entre Volcanes”.

Campaña internacional Alice in 7 Wonderlands.

Producción de material audiovisual de turismo activo.

Turismo cultural y patrimonial

Producción de contenidos sobre producto cultural.

Campaña internacional de producto cultural.

Plan de promoción de segmentos específicos:

Turismo de larga estancia: Remote workers, Silver plus, Deportivo profesional
El destino Islas Canarias ha mejorado su posicionamiento en Europa en estos tres segmentos a través de:

Producción de contenidos de Remote workers.

Campaña internacional de Remote workers.

Producción de contenidos de Silver plus.

Campaña internacional del segmento Silver plus.
 Producción de contenidos de entrenamiento deportivo profesional.
 Creación de landing page en holaislascanarias.com para el turismo deportivo de
 entrenamiento profesional.
 Campaña internacional del segmento entrenamiento deportivo profesional.

Turismo LGTB

Producción de contenidos para el segmento LGTB.
 Campaña internacional del segmento LGTB.

Turismo interno

Durante el 2022, y aun ante la fuerte recuperación del turismo internacional, se
 llevó a cabo la más elevada inversión realizada en el mercado interno, 1,9 millones
 de euros, con la clara intención de reforzar la resiliencia del sector turístico. Esto
 se ha realizado a través de:

Producción audiovisual específica para el turismo interno.
 Campaña La Palma (bono).
 Campañas Semana Santa y verano.
 Campañas puentes y festivos.

Programa de promoción al profesional en origen

Durante el año 2022 se ha recuperado toda la actividad realizada en ferias y
 eventos profesionales, con la participación en más de 27 ferias o jornadas
 profesionales, siendo destacable que en las tres ferias internacionales principales
 -WTM Londres, FITUR Madrid y ITB Berlín- se ha realizado un gran esfuerzo
 en la medición y reducción de la huella de carbono para el conjunto de la
 delegación canaria, incluyendo el transporte, montaje, uso y desmontaje de los
 stands.

Esta información se acompaña con cuadro con relación de ferias y jornadas
 profesionales

FERIAS Y JORNADAS PROFESIONALES ENE – DIC 2022									
FECHAS	FERIA	PAIS	TIPO	STAND	EXPOS.	V. PROF.	VISIT.	ISLAS	OBSERV.

ENERO									
19-23	FITUR	España	B2B	C	600	81.193	30.000	LZ, FU, GC, TF, LP, LG, EH	127 Países asistentes
FEBRERO									
25-27	NAVARTUR	España	SP	C	175	537	27305	EH, LG, LP, GC, FU, LZ	17 expositores internacionales
MARZO									
03-06	UTAZAS	Hungría	SP	T	100	-	27.000	GC, FU, LZ	30 Países representados
09-13	ITB	Virtual	B2B	Virtual	2.500	2.500	-	Por su cuenta	96 Países asistentes
16-17	MITT	Rusia	B2B y SP	T	-	-	-	TF, GC, LZ	Cancelada por guerra Rusia-Ucrania
16-20	BTL	Portugal	SP	C	1.407	-	45.569	EH, GC, FU, LZ	60 destinos representados
17-20	SALON MONDIAL DU TOURISME	Francia	SP	T	250	-	70.500	EH, LP, GC, FU, LZ	9000 m ² de sup. Expositora
18-20	BMT	Italia	B2B y SP	T	400	10.500	-	TF, GC, FU, LZ	España país anfitrión
23-24	INTERNATIONAL SPORTS CONVENTION	Reino Unido	TAC	C	35	671	-	TF, GC, FU, LZ	35 expositores de 3 países
24-27	SALON DES VACANCES	Bélgica	SP	T	284	-	28.696	LP, GC, FU, LZ	46 destinos
30/03 – 01/04	JORNADAS DIRECTAS EEUU	EEUU	B2B	-	45	53	-	Promotur	-
ABRIL									
01-03	B-TRAVEL	España	SP	C	100	-	20.000	EH, LP, GC, FU, LZ	30 destinos internacionales
01-03	MEDITERRANEAN DIVING SHOW	España	SP	C	70	-	10.000	FU, GC, LG, LZ, LP, TF, EH	Feria de buceo y act. Subacuáticas
05-07	SENIORMASSAN	Suecia	SP	C	110	-	4.943	EH, GC, FU, LZ	-
26/04 - 01/05	ROADSHOW VIASALE	Hungría	B2B	C	5	189	-	TF, GC, LZ, FU	-
MAYO									
06-08	EXPOVACIONES	España	SP	C	184	-	23.519	EH, LG, LP, GC, FU, LZ	-
23-26	ROADSHOW DESTINAZIONE SPAGNA	Italia	B2B	C	46	140	-	Promotur	-
31/05 - 02/06	IMEX	Alemania	SP	C	2.373	608	2.268	TF, GC, LZ	-

JUNIO									
07-08	JORNADAS PROFESIONALES MICE	España	M	-	14	118	-	TF, GC, FU, LZ, LP	Organizado por Promotur
SEPTIEMBRE									
20-22	IFTM TOP RESA	Francia	B2B y SP	T	1.200	29.475	29.475	LG, TF, GC, FU, LZ	-
OCTUBRE									
17-20	IGTM	Italia	SP	C	450	350	-	TF, LG, GC Y LZ	450 expositores, de los que 225 son stand propio
19-22	LEBENS LUST	Austria	SP	C	170	-	17.500	EH, GC, FU, LZ	170 expositores de 8 países
26-27	JORNADAS PROFESIONALES POLONIA	Polonia	B2B	T	27	101	-	LZ, GC	75 en Varsovia y 26 en Cracovia
NOVIEMBRE									
07-09	WORLD TRAVEL MARKET	Reino Unido	B2B	IC	3.000	35.800	-	FU, GC, LZ, TF, LP, LG, EH	42º edición
12-13	PHOTO & ADVENTURE	Austria	B2B	IC	140	-	8.700	EH, LG, GC, FU, LZ	-
18-20	INTUR	España	SP y TAC	IC	126	-	30.000	LP, GC, FU, LZ	-
29/11-01/12	IBTM WORLD	España	B2B	IC	2.053	3.750	5.755	TF, GC, FU, LZ	168 expositores con stand propio
DICIEMBRE									
No hay ferias que empiecen en diciembre									

LEYENDA							
ISLAS		STAND		TIPO		OTROS	
FU	FUERTEVENTURA	C	CANARIAS	SP	SOL Y PLAYA	-	PENDIENTE DATOS
GC	GRAN CANARIA	T	TURESPAÑA	B2B	B2B	SÓLO PROF.	SÓLO PROFESIONALES
LG	LA GOMERA	TO	TOUROPERADOR AGENCIAS DE VIAJES	TAC	TURISMO ACTIVO		
LZ	LANZAROTE	AV		M	MICE		

LP	LA PALMA	O	OTRO ORGANIZADOR	G	GOLF		
TF	TENERIFE						
EH	EL HIERRO						

B) Estados contables, balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias, correspondientes al ejercicio 2022

Se adjuntan a continuación:

BALANCE ABREVIADO a fecha 31/12/2022 (En euros)

NOMBRE/TEXTO	AÑO ACTUAL	DETALLES	31/12/2021	DETALLES
ACTIVO				
A) Activo No Corriente	349.701,56		461.644,83	
I Inmovilizado intangible		0,01		19.777,34
II Inmovilizado material		340.593,85		432.759,79
IV Inversiones en empresas del grupo y asociadas l.p.				
V Inversiones financieras a largo plazo		9.107,70		9.107,70
VI Activos por Impuesto diferido				
B) Activo Corriente	35.756.912,11		55.628.494,42	
II Existencias				
III Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar		13.010.569,44		40.472.032,14
1. Clientes por Ventas y Prestaciones de servicios		130.000,00		99.686,83
2. Accionistas (socios) por desembolsos exigidos				
3. Otros deudores		243.976,32		472.345,31
6. Otros créditos con las Administraciones Públicas		12.636.593,12		39.900.000,00
IV Inversiones de empresas del grupo y asociadas c.p.				
V Inversiones financieras a corto plazo				
VI Periodificaciones a corto plazo		1.881.921,22		664.366,30
VII Efectivo y otros activos líquidos equivalentes		20.864.421,45		14.492.095,98
TOTAL GENERAL (A+B)	36.106.613,67		56.090.139,25	

PATRIMONIO NETO Y PASIVO				
A) PATRIMONIO NETO	718.536,68		772.401,11	
A-1) Fondos Propios		600.000,00		600.000,00
I Capital		600.000,00		600.000,00
1. Capital escriturado		600.000,00		600.000,00
2. (Capital no exigido)				
II Prima de emisión				
III Reservas				
IV (Acciones y participaciones en patrimonio propias)				
V Resultados de ejercicios anteriores				
VI Otras aportaciones de socios		2.327.888,00		2.267.888,00
VII Resultado del ejercicio		-2.327.888,00		-2.267.888,00
VIII (Dividendo a cuenta)				

A-2) Subvenciones, donaciones y legados recibidos		118.536,68		172.401,11
--	--	-------------------	--	-------------------

B) PASIVO NO CORRIENTE	48.074,19		18.877.446,27	
II Deudas a largo plazo		8.418,00		5.768,00
1. Deudas con entidades de crédito				
2. Acreedores por arrendamiento financiero				
3. Otras deudas a largo plazo		8.418,00		5.768,00
III Deudas con empresas del grupo y asociados a l.p.				
IV Pasivos por impuesto diferido		39.656,19		57.563,01
V Periodificaciones a largo plazo				18.814.115,26

C) PASIVO CORRIENTE	35.340.002,80		36.440.291,87	
III Deudas a corto plazo		13.525,54		5.549,74
1. Deudas con entidades de crédito		1.141,82		589,78
2. Acreedores por arrendamiento financiero				
3. Otras deudas a corto plazo		12.383,72		4.959,96
IV Deudas con empresas del grupo y asociados c.p.				
V Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar		18.170.650,15		13.920.075,55
VI Periodificaciones a corto plazo		17.155.827,11		22.514.666,58

TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	36.106.613,67	56.090.139,25
---	----------------------	----------------------

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS A 31/12/2022 (En euros)

Nº DE CUENTAS		31/12/2022	31/12/2021
	A) OPERACIONES CONTINUADAS		
	1. Importe neto de la cifra de negocios	230.000,00	236.170,83
700,701,702,703,704, (706), (708), (709)	a) Ventas		
705	b) Prestaciones de servicios	230.000,00	236.170,83
(6930),71,7930	2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación		
73	3. Trabajos realizados por la empresa para su activo		
	4. Aprovisionamientos	-42.448.526,82	-40.679.814,47
(600),6060,6080,6090,610	a) Consumo de mercaderías		
(601),	b) Consumo de materias primas y otras materias consumibles		
(602),6061,6062,6081, 6082,6091,6092,611,612	c) Trabajos realizados por otras empresas	-42.448.526,82	-40.679.814,47
,(607)	d) Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos		
(6931),(6932),(6933),7931, 7932,7933	5. Otros ingresos de explotación	46.565.124,82	41.072.151,99
-	a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	266.604,72	118.400,67
75	b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	42.998.433,48	40.953.751,32
740,747	6. Gastos de personal	-2.851.202,93	-2.429.649,78
(640),(641),(6450)	a) Sueldos, salarios y asimilados	-2.265.962,75	-1.928.693,19
(642),(643),(649)	b) Cargas sociales	-585.240,18	-500.956,59
(644),(6457),7950,7957	c) Provisiones		
	7. Otros gastos de explotación	-461.135,8	-416.641,24
,(62)	a) Servicios exteriores	-446.210,5	-408.224,02
(631),(634),636,639	b) Tributos	-8.237,21	-8.417,22
(650),(694),(695),794,7954	c) Pérdidas, deterioros y variación de provisiones por operaciones comerciales	-6.688,09	
(651),(659)	d) Otros gastos de gestión corriente		
,(68)	8. Amortización del inmovilizado	-133.832,51	-125.150,48
746	9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	71.771,25	72.549,44
7951,7952,7955,7956	10. Excesos de provisiones		
	11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	0,00	-2.220,65
(690),(691),(692),790,791, 792	a) Deterioros y pérdidas		
(670),(671),(672),770,771, 772	b) Resultados por enajenaciones y otras		
(678), 778	c) Otros resultados	0,00	-2.220,65
	A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)	-2.327.887,91	-2.272.604,36
	12. Ingresos financieros	0,00	77,98
...	a) De participaciones en instrumentos de patrimonio		
7600,7601	a1) En empresas del grupo y asociadas		
7602,7603	a2) En terceros		
	b) De valores negociables y otros instrumentos financieros	0,00	77,98
7610,7611,76200,76201,76 210,76211	b1) De empresas del grupo y asociadas		
7612,7613,76202,76203,76 212,76213,767,769	b2) De terceros	0,00	77,98

...	13. Gastos financieros	0,00	-3.262,47
(6610),(6611),(6615),(6616),(6620),(6621),(6640),(6641),(6650),(6651),(6654),(6655)	a) Por deudas con empresas del grupo y asociadas		
(6612),(6613),(6617),(6618),(6622),(6623),(6624),(6642),(6643),(6652),(6653),(6656),(6657),(669)	b) Por deudas con terceros	0,00	-3.262,47
,(660)	c) Por actualización de provisiones		
...	14. Variación de valor razonable en instrumentos financieros		
(6630),(6631),(6633),7630,7631,7633	a) Cartera de negociación y otros		
(6632),7632	b) Imputación al resultado del ejercicio por activos financieros disponibles para la venta		
(668),768	15. Diferencias de cambio	-0,09	7.900,85
	16. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros		
(696),(697),(698),(699),796,797,798,799	a) Deterioros y pérdidas.		
(666), (667), (673), (675),766,773,775	b) Resultados por enajenaciones y otras		
...	A.2) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)	-0,09	4.716,36
	A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	-2.327.888,00	-2.267.888,00
(6300),6301, (633),638	17. Impuestos sobre beneficios		
...	A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3 + 17)	-2.327.888,00	-2.267.888,00
...	B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS		
...	18. Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas neto de Impuestos.		
-	A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4 + 18)	-2.327.888,00	-2.267.888,00

C) Análisis y justificación de las desviaciones económicas sobre la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y Balance de situación, aprobados por el Parlamento de Canarias.

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El mayor importe en Prestaciones de servicios es debido a la facturación realizada por el Convenio de Gestión del IBI, la cual, una parte, fue prorrogada a 2022 y no estaba prevista en el PAIF.

El importe superior en la partida de Aprovisionamientos se debe a la ejecución de las aportaciones prorrogadas de 2021 en las que se incluye la aportación REACT-EU.

El menor importe de Ingresos accesorios es debido a la menor facturación de la prevista, realizada a terceros por la asistencia a las ferias.

En cuanto a la cifra de Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio, el mayor importe registrado se debe a que en 2022 se ha incorporado toda la financiación de ejercicios anteriores que no figuraban en el PAIF, bien por prórrogas concedidas o porque se puede seguir ejecutando en 2022.

El Gasto de Personal es superior al previsto en el PAIF debido a la provisión del 5% adeudada a los trabajadores.

La partida de Otros Gastos de Explotación es algo superior a la prevista en el PAIF, básicamente por la subida del precio de los seguros, y por los gastos bancarios, que han subido por el mayor volumen de tesorería en las cuentas corrientes.

La diferencia en la partida de Amortizaciones es debido al menor importe de varios elementos del inmovilizado por llegar al fin de su vida útil.

BALANCE DE SITUACIÓN

En el activo no corriente no hay nada que destacar, al ser la diferencia existente causada por el cálculo de las amortizaciones.

En el activo corriente y dentro del apartado III Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar, destaca un importe en “Otros créditos con las Administraciones Públicas” de aportaciones dinerarias concedidas en 2022 pendientes de cobro al finalizar ese ejercicio.

En el mismo epígrafe y dentro del apartado “VI. Periodificaciones a corto plazo”, el importe de más con respecto al PAIF, es debido a la contabilización del gasto de la partida MRR que se ha gestionado y pagado en 2022 y se consignará como gasto de 2023 al no haber entrado el ingreso correspondiente antes del cierre.

El mayor importe en la cuenta de Tesorería es debido al cobro de la totalidad de la aportación para REACT-EU 2021-2023 y al remanente para la ejecución del bono turístico 2023.

Dentro del epígrafe Pasivo Corriente y como “deuda a largo plazo” se incluye dos fianzas recibidas por la licitación de servicios contratados.

También como Deuda a corto plazo se refleja una fianza recibida por la licitación de un servicio contratado.

Dentro del epígrafe V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar y dentro del apartado “Acreedores Varios”, el mayor importe del reflejado en el PAIF es debido a la contabilización de los Patrocinios del segundo semestre de 2022 que no llegaron sus facturas al cierre del ejercicio.

En el mismo epígrafe y dentro del apartado “Personal (remuneraciones pendientes de pago), se ha reflejado la recuperación desde enero de 2019 del 5% que les fué reducido en 2010 y está contemplada en la LPGCAC para 2023.

Dentro del apartado “Otras deudas con las Administraciones Públicas” se ha reflejado los importes que se devolverá a la administración por los restos de aportaciones dinerarias, sobre todo las recibidas para paliar la quiebra del TTOO Thomas Cook.

Dentro del apartado VI. Periodificaciones a corto plazo, se reflejan los importes que se utilizarán en 2023 de aportaciones concedidas en 2022 para ese año.

ANÁLISIS Y DESVIACIONES DE LOS DATOS ANUALES DEL PAIF 2022			2022
PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.			
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (En euros)			
	PAIF 4ºT 2022	REAL 4ºT 2022	DESVIACIONES
A) OPERACIONES CONTINUADAS			
1. IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	130.000,00	230.000,00	100.000,00
b) Prestaciones de servicios	130.000,00	230.000,00	100.000,00
2. VARIACIÓN DE EXISTENCIAS			
3. TRABAJOS REALIZADOS POR LA EMPRESA PARA SU ACTIVO			
4. APROVISIONAMIENTOS	-18.457.495,35	-30.209.092,99	-11.751.597,64
c) Trabajos realizados por otras empresas	-18.457.495,35	-30.209.092,99	-11.751.597,64
5. OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	19.204.798,15	46.565.124,82	27.360.326,67
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	444.798,15	264.371,82	-180.426,33
b) Subvenciones de explotación incorporadas al rtdo. Ejercicio	18.760.000,00	46.300.753,00	27.540.753,00
6. GASTOS DE PERSONAL	-2.725.045,60	-2.321.823,07	430.222,53
a) Sueldos, salarios y asimilados	-2.048.140,76	-1.855.449,39	192.691,37
b) Cargas sociales	-676.904,84	-466.373,68	210.531,16
7. OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN	-408.467,47	-433.873,92	-25.406,45
a) Servicios exteriores	-400.224,02	-419.079,50	-18.855,48
b) Tributos	-8.243,45	-8.106,33	137,12
c) Pérdida, deterioro y variación prov. operac. comerciales	0,00	-6.688,09	-6.688,09
8. AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO	-143.448,98	0,00	143.448,98
9. IMPUTACIÓN DE SUBVENCIONES DE INMOVILIZADO NO FINANCIERO Y OTROS	71.771,25	0,00	-71.771,25
10. EXCESO DE PROVISIONES			
11. DETERIORO Y RESULTADO POR ENAJENACIONES DEL INMOVILIZADO	0,00	0,00	0,00
a) Deterioros y pérdidas			
b) Resultados por enajenaciones y otras			
c) Otros resultados			
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)	-2.327.888,00	13.830.334,84	16.158.222,84
12. INGRESOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00
a) De participaciones en instrumentos de patrimonio			
b) De valores negociables y otros instrumentos financieros			
13. GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00
14. VARIACIÓN DE VALOR RAZONABLE EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00
15. DIFERENCIAS DE CAMBIO	0,00	-0,09	-0,09
A.2) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)	0,00	0,00	0,00

A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	-2.327.888,00	13.830.334,75	16.158.222,75
--	----------------------	----------------------	----------------------

ANÁLISIS Y DESVIACIONES DE LOS DATOS ANUALES DEL PAIF 2022			2022
PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.			
BALANCE DE SITUACIÓN (En euros)			
ACTIVO	PAIF 2022	REAL 4º T 2022	DESVIACIONES
A) ACTIVO NO CORRIENTE	365.618,39	483.534,07	117.840,19
I. INMOVILIZADO INTANGIBLE	15.950,15	19.777,34	3.827,19
1. Investigación			
2. Desarrollo			
3. Concesiones			
4. Patentes, licencias, marcas y similares			
5. Fondo de comercio			
6. Aplicaciones informáticas	15.950,15	19.777,34	3.827,19
7. Otro inmovilizado intangible			
II. INMOVILIZADO MATERIAL	340.560,54	454.649,03	114.013,00
1. Terrenos y construcciones	199.253,50	259.662,52	60.409,02
2. Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	141.307,04	194.986,51	53.603,98
3. Inmovilizado en curso y anticipos			
III. INVERSIONES INMOBILIARIAS			
1. Terrenos			
2. Construcciones			
IV. INVERSIONES EN EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A LARGO PLAZO			
V. INVERSIONES FINANCIERAS A LARGO PLAZO	9.107,70	9.107,70	0,00
5. Otros activos financieros	9.107,70	9.107,70	0,00
VI. ACTIVOS POR IMPUESTO DIFERIDO			
VII. DEUDORES COMERCIALES NO CORRIENTES			
B) ACTIVO CORRIENTE	4.376.834,61	46.974.601,33	42.597.766,72
I. ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA			
II. EXISTENCIAS			
III. DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A COBRAR	388.334,09	14.598.240,20	14.080.784,87
1. Clientes, empresas del grupo y asociadas			
3. Deudores varios	28.334,09	130.000	-14.558,09
4. Personal	0,00	40.352,20	27.435,97
6. Otros créditos con las Administraciones Públicas	360.000,00	14.427.888,00	14.067.906,99
IV. INVERSIONES EN EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A CORTO PLAZO			
V. INVERSIONES FINANCIERAS A CORTO PLAZO			
2. Créditos a terceros			
3. Valores representativos de deuda			
5. Otros activos financieros			
VI. PERIODIFICACIONES A CORTO PLAZO	319.464,62	696.378,45	-316.238,89
VII. EFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LÍQUIDOS EQUIVALENTES	3.669.035,90	20.848.690,59	28.836.093,74
1. Tesorería	3.669.035,90	20.848.690,59	28.836.093,74
2. Otros activos líquidos equivalentes			
TOTAL ACTIVO (A+B)	4.742.453,00	36.626.843,31	42.715.606,91

ANÁLISIS Y DESVIACIONES DE LOS DATOS ANUALES DEL PAIF 2022			2022
PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.			
BALANCE DE SITUACIÓN (En euros)			
PASIVO	PAIF 2022	REAL 3º T 2022	DESVIACIONES
A) PATRIMONIO NETO	718.608,68	16.930.492,98	16.211.884,30
A-1) FONDOS PROPIOS	600.000,00	16.758.091,87	16.158.091,87
I. Capital	600.000,00	600.000,00	0,00
II. Prima de emisión			
III. Reservas			
IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias)			
V. Resultados de ejercicios anteriores	0,00	-130,88	-130,88
1. Remanente			
2. (Resultados negativos de ejercicios anteriores)	0,00	-130,88	-130,88
VI. Otras aportaciones de socios	2.327.888,00	2.327.888,00	0,00
VII. Resultado del ejercicio	-2.327.888,00	13.830.334,75	16.158.222,75
VIII. (Dividendo a cuenta)			
A-2) AJUSTES POR CAMBIOS DE VALOR			
A-3) SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS	118.608,68	172.401,11	53.792,43
B) PASIVO NO CORRIENTE	39.584,19	18.880.096,27	18.840.512,08
I. PROVISIONES A LARGO PLAZO			
II. DEUDAS A LARGO PLAZO	0,00	8.418,00	8.418,00
III. DEUDAS CON EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A LARGO PLAZO			
IV. PASIVOS POR IMPUESTO DIFERIDO	39.584,19	57.563,01	17.978,82
V. PERIODIFICACIONES A LARGO PLAZO	0,00	18.814.115,26	18.814.115,26
VI. ACREEDORES COMERCIALES NO CORRIENTES			
C) PASIVO CORRIENTE	3.984.260,13	816.254,06	-3.168.006,07
I. PASIVOS VINCULADOS CON ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA			
II. PROVISIONES A CORTO PLAZO			
III. DEUDAS A CORTO PLAZO	68,88	13.159,57	13.090,69
2. Deudas con entidades de crédito	68,88	207,61	138,73
5. Otros pasivos financieros	0,00	12.951,96	12.951,96
IV. DEUDAS CON EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A CORTO PLAZO			
V. ACREEDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A PAGAR	3.984.191,25	732.066,41	-3.252.124,84
1. Proveedores			
2. Proveedores, empresas del grupo y asociadas			
3. Acreedores varios	3.282.474,05	34.877,18	-3.247.596,87
4. Personal (remuneraciones pendientes de pago)	164.138,93	55.639,56	-108.499,37
5. Pasivos por impuesto corriente			
6. Otras deudas con las Administraciones Públicas	537.578,27	641.549,67	103.971,40
7. Anticipos de clientes			
VI. PERIODIFICACIONES A CORTO PLAZO	0,00	71.028,08	71.028,08
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	4.742.453,00	36.626.843,31	31.884.390,31

NOTA: Las desviaciones se componen de Real - Previsto

D) Informe de la política de personal, justificando específicamente el cumplimiento de lo establecido en la Ley anual de Presupuestos.

A 31 de diciembre de 2022, la plantilla de la empresa era de 50 personas.

Las incidencias presupuestarias a destacar en este apartado devienen de la aplicación de las siguientes incidencias:

- Incremento salarial del 2 %, aprobado mediante informe de la Dirección General de Presupuesto el 29 de marzo de 2022, y con aplicación de efectos retroactivos a 01 de enero de 2022, del personal acogido a convenio colectivo.
- Incremento salarial del 1.5 %, aprobado mediante informe de la Dirección General de Presupuesto el 21 de noviembre de 2022, y con aplicación de efectos retroactivos a 01 de enero de 2022, del personal acogido a convenio colectivo

E) Informe sobre operaciones concertadas de endeudamiento.

No cuenta con endeudamiento alguno con entidades financieras a la fecha del presente informe.

F) Cualquier otra contingencia o hecho que dada su relevancia pueda afectar a la marcha de la empresa.

No procede.

G) Análisis detallado sobre el alcance, y en su caso justificación, de las discrepancias, reservas, salvedades o incumplimientos manifestados por los auditores en sus informes, así como sobre las medidas a adoptar.

No procede.