

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2024
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP- 1
ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO EN EL EJERCICIO			
	REAL 2022	ESTIMACIÓN 2023	PREVISIÓN 2024
A) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN			
1. Resultado del ejercicio antes de impuestos.	-2.327.888,00	-3.577.139,00	-2.327.888,00
2. Ajustes del resultado.	62.061,35	42.255,59	82.371,27
a) Amortización del inmovilizado (+).	133.832,51	114.805,03	130.000,00
b) Correcciones valorativas por deterioro (+/-).			
c) Variación de provisiones (+/-).	-71.771,25	-72.549,44	-47.628,73
d) Imputación de subvenciones (-).			
e) Resultados por bajas y enajenaciones del inmovilizado (+/-).			
f) Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros (+/-).			
g) Ingresos financieros (-).	0,00	0,00	0,00
h) Gastos financieros (+).	0,00	0,00	0,00
i) Diferencias de cambio (+/-).	0,09	0,00	0,00
j) Variación del valor razonable en instrumentos financieros (+/-).			
k) Otros ingresos y gastos (-/+).			
3. Cambios de capital corriente.	6.324.177,56	20.657.116,14	-34.125.541,56
a) Existencias (+/-).			
b) Deudores y otras cuentas a cobrar (+/-).	198.055,82	11.996.969,44	-8.212.556,71
c) Otros activos corrientes (+/-).	26.045.851,96	1.562.456,60	-1.480.535,38
d) Acreedores y otras cuentas a pagar (+/-).	2.997.965,12	24.204.848,45	-24.370.498,60
e) Otros pasivos corrientes (+/-).	1.252.609,39	-17.100.827,11	-55.000,00
f) Otros activos y pasivos no corrientes (-/+).	-24.170.304,73	-6.331,24	-6.950,87
4. Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación.	0,00	0,00	0,00
a) Pagos de intereses (-).	0,00	0,00	0,00
b) Cobros de dividendos (+).			
c) Cobros de intereses (+).	0,00	0,00	0,00
d) Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios (+/-).			
e) Otros pagos (cobros) (-/+).			
5. Flujos de efectivo de las actividades de explotación (+/-1 +/-2 +/-3 +/-4).	4.058.350,91	17.122.232,73	-36.371.058,29
B) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN			
6. Pagos por inversiones (-).	-21.889,24	0,00	0,00
a) Empresas del grupo y asociadas.			
b) Inmovilizado intangible.			
c) Inmovilizado material.	-21.889,24		
d) Inversiones inmobiliarias.			
e) Otros activos financieros.	0,00		
f) Activos no corrientes mantenidos para venta.			
g) Otros activos.			
7. Cobros por desinversiones (+).	0,00	0,00	0,00
a) Empresas del grupo y asociadas.			
b) Inmovilizado intangible.			
c) Inmovilizado material.			
d) Inversiones inmobiliarias.			
e) Otros activos financieros.			
f) Activos no corrientes mantenidos para venta.			
g) Otros activos.			
8. Flujos de efectivo de las actividades de inversión (7-6)	-21.889,24	0,00	0,00
C) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN			
9. Cobros y pagos por instrumentos de patrimonio.	2.327.888,00	3.577.139,00	2.327.888,00
a) Emisión de instrumentos de patrimonio (+).			
b) Amortización de instrumentos de patrimonio (-).			
c) Adquisición de instrumentos de patrimonio propio (-).			
d) Enajenación de instrumentos de patrimonio propio (+).			
e) Subvenciones, donaciones y legados recibidos (+).			
f) Otras aportaciones de socios (+).	2.327.888,00	3.577.139,00	2.327.888,00
10. Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero.	7.975,80	646,32	0,00
a) Emisión	7.975,80	646,32	0,00
1. Obligaciones y otros valores negociables (+).			
2. Deudas con entidades de crédito (+).	552,04	646,32	0,00
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (+).			
4. Otras deudas (+).	7.423,76	0,00	
b) Devolución y amortización de:	0,00	0,00	0,00
1. Obligaciones y otros valores negociables (-).			
2. Deudas con entidades de crédito (-).			
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (-).			
4. Otras deudas (-).	0,00		
11. Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instrumentos de patrimonio.	0,00	0,00	0,00
a) Dividendos (-).			
b) Remuneración de otros instrumentos de patrimonio (-).			
12. Flujos de efectivo de las actividades de financiación (+/-9 +/-10 -11).	2.335.863,80	3.577.785,32	2.327.888,00
D) Efecto de las variaciones de los tipos de cambio (+/-)			
E) AUMENTO/DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (+/-5 +/-8 +/-12 +/-D)			
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio.	14.492.095,98	20.864.421,45	41.551.785,40
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio.	20.864.421,45	41.551.785,40	7.508.615,11

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2024
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP-2
BALANCE DE SITUACIÓN AL CIERRE DEL EJERCICIO			
	REAL 2022	ESTIMACIÓN 2023	PREVISIÓN 2024
A) ACTIVO NO CORRIENTE	349.701,56	232.348,65	102.348,65
I. INMOVILIZADO INTANGIBLE.	0,01	6.050,14	6.050,14
1. Investigación.			
2. Desarrollo.			
3. Concesiones.			
4. Patentes, licencias, marcas y similares.			
5. Fondo de comercio.			
6. Aplicaciones informáticas.	0,01	6.050,14	6.050,14
7. Otro inmovilizado intangible.			
II. INMOVILIZADO MATERIAL.	340.593,85	217.190,81	87.190,81
1. Terrenos y construcciones.	192.049,31	87.408,38	37.408,38
2. Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material.	148.544,54	129.782,43	49.782,43
3. Inmovilizado en curso y anticipos.	0,00		
III. INVERSIONES INMOBILIARIAS.	0,00	0,00	0,00
1. Terrenos.			
2. Construcciones.			
IV. INVERSIONES EN EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A LARGO PLAZO.	0,00	0,00	0,00
1. Instrumentos de patrimonio			
2. Créditos a empresas			
3. Valores representativos de deuda			
4. Derivados			
5. Otras activos financieros			
V. INVERSIONES FINANCIERAS A LARGO PLAZO.	9.107,70	9.107,70	9.107,70
1. Instrumentos de patrimonio			
2. Créditos a terceros			
3. Valores representativos de deuda			
4. Derivados			
5. Otras activos financieros	9.107,70	9.107,70	9.107,70
VI. Activos por impuesto diferido.			
VII. Deudores comerciales no corrientes			
B) ACTIVO CORRIENTE	35.756.912,11	42.884.850,02	18.534.771,82
I. ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA.			
II. EXISTENCIAS	0,00	0,00	0,00
1. Comerciales.			
2. Materias primas y otros aprovisionamientos.			
3. Productos en curso.			
4. Productos terminados.			
5. Subproductos, residuos y materiales recuperados.			
6. Anticipos a proveedores.			
III. DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A COBRAR.	13.010.569,44	1.013.600,00	9.226.156,71
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios.	130.000,00	980.000,00	1.216.156,71
2. Clientes, empresas del grupo y asociadas.			
3. Deudores varios.	243.976,32	33.600,00	10.000,00
4. Personal.			
5. Activos por impuesto corriente.			
6. Otros créditos con las Administraciones Públicas.	12.636.593,12		8.000.000,00
7. Accionistas (socios) por desembolsos exigidos.			
IV. INVERSIONES EN EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A CORTO PLAZO.	0,00	0,00	0,00
1. Instrumentos de patrimonio			
2. Créditos a empresas			
3. Valores representativos de deuda			
4. Derivados			
5. Otras activos financieros			
V. INVERSIONES FINANCIERAS A CORTO PLAZO.	0,00	0,00	0,00
1. Instrumentos de patrimonio			
2. Créditos a terceros			
3. Valores representativos de deuda			
4. Derivados			
5. Otras activos financieros			
VI. PERIODIFICACIONES A CORTO PLAZO	1.881.921,22	319.464,62	1.800.000,00
VII. EFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LÍQUIDOS EQUIVALENTES.	20.864.421,45	41.551.785,40	7.508.615,11
1. Tesorería.	20.864.421,45	41.551.785,40	7.508.615,11
2. Otros activos líquidos equivalentes.			
TOTAL ACTIVO (A + B)	36.106.613,67	43.117.198,67	18.637.120,47

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2024
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP- 3
BALANCE DE SITUACIÓN AL CIERRE DEL EJERCICIO			
	REAL 2022	ESTIMACIÓN 2023	PREVISIÓN 2024
A) PATRIMONIO NETO	718.536,68	664.124,60	610.620,47
A-1) FONDOS PROPIOS.	600.000,00	600.000,00	600.000,00
I. Capital	600.000,00	600.000,00	600.000,00
1. Capital escriturado.	600.000,00	600.000,00	600.000,00
2. (Capital no exigido).			
II. Prima de emisión			
III. Reservas	0,00	0,00	0,00
1. Legal y estatutarias.			
2. Otras reservas.			
IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias).			
V. Resultados de ejercicios anteriores.	0,00	0,00	0,00
1. Remanente.			
2. (Resultados negativos de ejercicios anteriores).			
VI. Otras aportaciones de socios.	2.327.888,00	3.577.139,00	2.327.888,00
VII. Resultado del ejercicio.	-2.327.888,00	-3.577.139,00	-2.327.888,00
VIII. (Dividendo a cuenta).			
IX. Otros instrumentos de patrimonio neto.			
A-2) AJUSTES POR CAMBIOS DE VALOR.	0,00	0,00	0,00
I. Instrumentos financieros disponibles para la venta.			
II. Operaciones de cobertura.			
III. Otros.			
A-3) SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS.	118.536,68	64.124,60	10.620,47
B) PASIVO NO CORRIENTE	48.074,19	21.360,27	10.000,00
I. PROVISIONES A LARGO PLAZO.	0,00	0,00	0,00
1. Obligaciones por prestaciones a largo plazo al personal.			
2. Actuaciones medioambientales.			
3. Provisiones por reestructuración.			
4. Otras provisiones.			
II. DEUDAS A LARGO PLAZO.	8.418,00	0,00	10.000,00
1. Obligaciones y otros valores negociables.			
2. Deudas con entidades de crédito.			
3. Acreedores por arrendamiento financiero.			
4. Derivados.			
5. Otros pasivos financieros.	8.418,00		10.000,00
III. DEUDAS CON EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A LARGO PLAZO.			
IV. PASIVOS POR IMPUESTO DIFERIDO.	39.656,19	21.360,27	0,00
V. PERIODIFICACIONES A LARGO PLAZO	0,00		
VI. ACREEDORES COMERCIALES NO CORRIENTES			
C) PASIVO CORRIENTE	35.340.002,80	42.431.713,80	18.016.500,00
I. PASIVOS VINCULADOS CON ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA.			
II. PROVISIONES A CORTO PLAZO.			
III. DEUDAS A CORTO PLAZO.	13.525,54	1.215,20	11.500,00
1. Obligaciones y otros valores negociables.			
2. Deudas con entidades de crédito.	1.141,82	1.215,20	1.500,00
3. Acreedores por arrendamiento financiero.			
4. Derivados.			
5. Otros pasivos financieros.	12.383,72		10.000,00
IV. DEUDAS CON EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A CORTO PLAZO.			
V. ACREEDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A PAGAR.	18.170.650,15	42.375.498,60	18.005.000,00
1. Proveedores.			
2. Proveedores, empresas del grupo y asociadas.			
3. Acreedores varios.	13.504.916,32	3.200.000,00	13.500.000,00
4. Personal (remuneraciones pendientes de pago).	467.556,41	86.608,65	5.000,00
5. Pasivos por impuesto corriente.			
6. Otras deudas con las Administraciones Públicas.	4.198.177,42	39.088.889,95	4.500.000,00
7. Anticipos de clientes.			
VI. PERIODIFICACIONES A CORTO PLAZO.	17.155.827,11	55.000,00	0,00
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)	36.106.613,67	43.117.198,67	18.637.120,47

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS					2024
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.					SP- 4
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO					
	REAL 2022	% gastos vs ingresos	ESTIMACIÓN 2023	% gastos vs ingresos	PREVISIÓN 2024
A) OPERACIONES CONTINUADAS					
1. IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS.	230.000,00		695.928,00		450.000,00
a) Ventas.	0,00		0,00		0,00
a.1) Al sector público					
a.2) Al sector privado					
b) Prestaciones de servicios.	230.000,00		695.928,00		450.000,00
b.1) Al sector público	230.000,00		695.928,00		450.000,00
b.2) Al sector privado					
2. VARIACIÓN DE EXISTENCIAS DE PRODUCTOS TERMINADOS Y EN CURSO DE FABRICACIÓN.					
3. TRABAJOS REALIZADOS POR LA EMPRESA PARA SU ACTIVO.					
4. APROVISIONAMIENTOS.	-42.448.526,82	98%	-30.631.151,00	-97%	-60.581.648,67
a) Consumo de mercaderías.					
b) Consumo de materias primas y otras materias consumibles.					
c) Trabajos realizados por otras empresas.	-42.448.526,82		-30.631.151,00		-60.581.648,67
d) Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos.					
5. OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	43.265.038,20		30.849.793,00		63.320.156,49
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente.	266.604,72		1.301.011,00		1.066.156,71
b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio.	42.998.433,48		29.548.782,00		62.253.999,78
b.1) Estado					
b.2) Comunidad Autónoma	42.998.433,48		21.680.352,00		22.484.722,00
b.3) Corporaciones Locales					
b.4) Otros Entes					
b.5) Imputación de subvenciones de explotación de ejercicios anteriores			7.868.430,00		39.769.277,78
6. GASTOS DE PERSONAL	-2.851.202,93	7%	-3.212.372,91	10%	-4.283.125,47
a) Sueldos, salarios y asimilados.	-2.265.962,75		-2.427.469,60		-3.268.650,41
b) Cargas sociales.	-585.240,18		-784.903,31		-1.014.475,06
c) Provisiones.					
7. OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN.	-461.135,10	1%	-1.237.080,50	4%	-1.150.899,08
a) Servicios exteriores.	-446.210,50		-1.228.837,05		-1.142.399,08
b) Tributos.	-8.237,21		-8.243,45		-8.500,00
c) Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales.	-6.688,09				
d) Otros gastos de gestión corriente.	0,70				
8. AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO.	-133.832,51		-114.805,03		-130.000,00
9. IMPUTACIÓN DE SUBVENCIONES DE INMOVILIZADO NO FINANCIERO Y OTRAS.	71.771,25		72.549,44		47.628,73
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.	0,00				
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)	-2.327.887,91		-3.577.139,00		-2.327.888,00
12. INGRESOS FINANCIEROS.	0,00		0,00		0,00
a) De participaciones en instrumentos de patrimonio.	0,00		0,00		0,00
a1) En empresas del grupo y asociadas.					
a2) En terceros.					
b) De valores negociables y otros instrumentos financieros	0,00		0,00		0,00
b1) De empresas del grupo y asociadas.					
b2) De terceros.	0,00				
13. GASTOS FINANCIEROS.	0,00		0,00		0,00
a) Por deudas con empresas del grupo y asociadas.					
b) Por deudas con terceros.					
c) Por actualización de provisiones.					
14. VARIACIÓN DE VALOR RAZONABLE EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS.	0,00		0,00		0,00
a) Cartera de negociación y otros.					
b) Imputación al resultado del ejercicio por activos financieros disponibles para la venta.					
15. DIFERENCIAS DE CAMBIO.	-0,09		0,00		0,00
16. DETERIORO Y RESULTADO POR ENAJENACIONES DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS.	0,00		0,00		0,00
a) Deterioros y pérdidas.					
b) Resultados por enajenaciones y otras.					
A.2) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)	-0,09		0,00		0,00
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	-2.327.888,00		-3.577.139,00		-2.327.888,00
17. IMPUESTOS SOBRE BENEFICIOS.					
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+17)	-2.327.888,00		-3.577.139,00		-2.327.888,00
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		-3.577.139,00		-2.327.888,00

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS	2024
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA O ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.	SP-5

SUBVENCIONES							
DE CAPITAL:	Ente (1)	2023	2024	SECCIÓN (2)	SERVICIO (2)	PROGRAMA (2)	PILA
SALDO INICIAL SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS	CAC	118.536,68	64.124,60				
TOTAL SUBVENCIONES CAPITAL CONCEDIDAS EN EJERCICIO		118.536,68	64.124,60				
MENOS EFECTO IMPOSITIVO CONCEDIDAS							
MENOS TRANSFERENCIAS A LA CUENTA DE RESULTADOS		72.549,44	70.000,00				
MÁS EFECTO IMPOSITIVO TRANSFERENCIAS A LA CUENTA DE RESULTADOS		18.137,36	16.495,87				
SALDO FINAL SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS		64.124,60	10.620,47				

DE EXPLOTACIÓN:							
TRANSFERENCIAS PARA FINANCIAR ACTIVIDADES ESPECÍFICAS	Ente	2023	2024	SECCIÓN	SERVICIO	PROGRAMA	PILA
DESARROLLO ACTIVIDAD PROMOCIONAL	CAC	8.407.361,00	9.759.722,00	16	04	432G	157G0025
DESARROLLO ACTIVIDAD PROMOCIONAL (FEDER) PO 2021/2027	CAC	10.600.000,00	12.575.000,00	16	04	432G	237G0461
PROMOCIÓN RED MUSEÍSTICA DE CANARIAS	CAC	180.000,00	0,00	16	04	432G	207G0338
REACT EU	CAC	0,00	0,00	16	71	432G	217G0343
SEGUIMIENTO CONECTIVIDAD AÉREA	VICE	150.000,00	150.000,00	16	09	432H	207G0308
SISTEMA DE INFORMACIÓN EN DESTINO THOMAS COOK	CAC	0,00	0,00	16	04	432G	207G0339
GESTIÓN DE CARTERA DE PRODUCTOS Y EVENTOS	CAC	360.000,00	0,00	16	04	432G	207G0340
PLAN DE DINAMIZACIÓN DEL NORTE DE LA GOMERA	CAC	0,00	0,00	16	04	432G	207G0291
BONO TURÍSTICO LA PALMA	CAC	582.991,00	0,00	16	09	432H	164G1380
PLAN DE DIGITALIZACIÓN TURÍSTICA DEL SECTOR	CAC	1.000.000,00	0,00	16	04	432G	207G0339
REMOTE WORKERS	CAC	400.000,00	0,00	16	04	432G	207G0339
TOTAL		21.680.352,00	22.484.722,00				

TRANSFERENCIAS PARA FINANCIAR DÉFICIT DE EXPLOTACIÓN O GASTOS GENERALES DE FUNCIONAMIENTO	Ente	2023	2024	SECCIÓN	SERVICIO	PROGRAMA	PILA
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	CAC	3.577.139,00	2.327.888,00	16	04	432G	164G0071
TOTAL		3.577.139,00	2.327.888,00				

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS	2024
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.	SP-7
MEMORIA EXPLICATIVA DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2024 Y DE SU ADAPTACIÓN AL PROGRAMA DE ACTUACIÓN PLURIANUAL (1)	
<p>1.- DATOS GENERALES:</p> <p>1.1. Ente: Promotur Turismo Canarias S.A.</p> <p>1.2. Objeto Social/Fin fundacional: Las actividades relacionadas con el estudio, promoción, fomento, difusión y comercialización de los distintos productos y servicios turísticos de Canarias y de potenciación de la oferta turística del Archipiélago.</p> <p>2.- ESTRATEGIA DEL ENTE:</p> <p>2.1. Objetivos estratégicos del ente: El 31 de marzo fue aprobado el Plan Estratégico Canarias Destino 2022 – 2023, y el 7 de julio de el Instrumento de Planificación Estrategia 2022 – 2024 ambos del presente año y por el consejo de administración de Promotur Turismo de Canarias, S.A. La memoria del Paif 2023 se realiza de acuerdo con lo establecido en estos dos instrumentos estratégicos. La nueva realidad conformada por los cambio en los hábitos de comportamiento de los turistas como consumidores, en la consideración del impacto del turismo en el territorio y en el modelo de negocio turístico global y su transformación digital, junto a la pandemia y al complejo proceso de reactivación como elementos de aceleración de toda esta transformación, determina para Promotur Turismo Canarias S.A. la actualización de su propósito como organización, incorporando una visión ampliada de su papel como instrumento de fomento de la actividad turística. Descriptivo de la misión de Promotur Turismo Canarias S.A. recogida en el Plan de Marketing Estratégico 2018-2022: "Aportar valor al ecosistema turístico canario en la construcción de un modelo competitivo y sostenible en el tiempo a través del diseño y ejecución de actuaciones dirigidas a atraer turistas a sus distintos destinos insulares y a promover su repetición y prescripción". Nuevo propósito Promotur Turismo Canarias S.A.: 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.</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Ante el reto de contribuir al mantenimiento de la competitividad del modelo turístico canario a través de su transformación, el marco estratégico de actuación de Promotur Turismo Canarias S.A. para los años 2022, 2023 y 2024 se conforma a partir de tres grandes objetivos estratégicos:</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias El éxito del turismo canario pasa por hacer que el resto de la actividad económica de</p>	

Canarias aproveche más y mejor la tracción que puede llegar 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.

EJES DE ACTUACIÓN

El presente plan formula la estrategia de actuación de Promotur Turismo Canarias S.A. en torno a ocho ejes transversales de actuación que alcanzan a todos sus programas, planes y proyectos.

Eje 1: El liderazgo digital

La 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.

Alcanzar este liderazgo implica la adopción de los nuevos modelos de negocio de las plataformas digitales, el despliegue de todo tipo de capacidades tecnológicas en ámbitos como la Inteligencia Artificial, el Internet de las Cosas (IoT) y las denominadas Smart Cities y, en especial, la creación y potenciación de una plataforma digital única orientada a la organización y potenciación del ecosistema turístico canario en su globalidad, facilitando visibilidad, oportunidades de comercialización, acceso a proveedores, mejora de procesos, e inteligencia de negocio a todo el sector turístico canario. Aumentar el componente local del turismo canario y ofrecer herramientas para la mejora en el control de la huella de carbono de la actividad turística, además de otras funcionalidades, con el fin de promover, el intercambio de datos e información relevante son otros de los objetivos del proyecto.

Eje 2: La conexión directa con el visitante

El corazón de toda actividad turística se concentra en los deseos y las emociones de los turistas. Si no se desarrollan capacidades para ser relevantes en ese delicado territorio de intangibles, ninguna estrategia podrá compensarlo. Por eso, establecer y desarrollar con ellas una conexión directa, que nos permita conocer y responder a sus intereses y expectativas, es un objetivo irrenunciable.

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 y permita, de una manera directa, incrementar el conocimiento de los intereses y expectativas de las personas que valoran Canarias para sus vacaciones.

Eje 3: La gestión del conocimiento

El acceso a la información y la transformación de esta en valor es una poderosa herramienta competitiva. "La información es poder" es una expresión de renovada actualidad a medida que la tecnología acelera los procesos de captación y explotación de datos. Desde un enfoque abierto y transparente, abierto a la colaboración y compartición, es necesario convertir la inteligencia turística en una fortaleza.

Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología

El liderazgo internacional alcanzado por las Canarias debe mucho a las excepcionales condiciones naturales y climáticas de las Islas, pero también a la visión de muchas personas y organizaciones con espíritu emprendedor. Ahora, en un contexto tan cambiante, este carácter innovador y creativo es más necesario que nunca.

La participación activa de institutos de innovación, universidades y resto de entidades del ecosistema de innovación de Canarias, además de profesionales y expertos, y la implicación y movilización del talento de la sociedad canaria enriquecerá el proceso de transformación del modelo turístico de las Islas.

Eje 5: 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 y territorios, hará más competitivo y sostenible al turismo canario y a toda la economía de las Islas como consecuencia de su capacidad tractora. Y será más atractivo para sus potenciales visitantes porque el "componente canario" incrementa la autenticidad de la experiencia turística.

Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante

Frente a una situación de alta incertidumbre, es necesario asumir un escenario de cambio constante y potenciar las capacidades de adaptación a partir de la anticipación de tendencias internacionales y la formación en competencias y habilidades de gestión del cambio y la flexibilización de todos nuestros operativos.

Eje 7: 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 es superar esa dicotomía para alcanzar un mayor grado de control de todo el proceso productivo turístico desde la confluencia y la cooperación con el resto de los agentes implicados.

Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada

La diversidad del archipiélago es una fortaleza que ha contribuido decididamente a su trayectoria de éxito como destino turístico. Pero, si no se gestiona con inteligencia, la diversidad puede conllevar también dispersión de esfuerzos, derroche de recursos e ineficiencias. La cogobernanza y la colaboración son las herramientas para impulsar y así evitar estos riesgos sin menoscabo del valor de nuestra diversidad.

RESULTADO FINAL PERSEGUIDO.

A finales de diciembre de 2024 Canarias por medio del eficaz desarrollo del presente plan estratégico aspira a ser:

Más Resiliente, como consecuencia principal de haber incrementado "la componente canaria" de su propuesta turística y haber alcanzado un mayor control/soberanía en el proceso productivo turístico completo, superando la dicotomía entre origen y destino.

Haber avanzado en la **descarbonización** de la economía turística canaria, gracias al eficaz desarrollo e implementación de herramientas que aceleren la reducción de la Huella de Carbono de las empresas turísticas y del destino en su conjunto, de forma tal que Canarias sea el destino turístico que lidere la consecución de los objetivos de Glasgow por una década de acción climática.

Haber aumentado los **impactos positivos** en los ciudadanos y la economía del archipiélago, por contar con un destino que ha reducido significativamente su impacto en el medio ambiente, que contribuye a la regeneración de este y haber aumentado los ingresos por turista y sus beneficios para ciudadanos y empresas.

Los objetivos del Plan de Actuación 2024 son los objetivos definidos en el Plan Estratégico Canarias Destino 2022 – 2024.

PLAN DE ACTUACIÓN 2024.

La estrategia formulada en el presente Plan se declina a través de un mapa de aplicación ordenado a partir de sus tres áreas de actividades clave y una cuarta área de actividades de soporte:

Área de mejora de la oferta

Área de generación de demanda

Área de gestión de la demanda

Área de soporte

Cada una de estas áreas se declina en distintos programas, que a su vez se declinan en planes, y estos, en proyectos. Los proyectos corresponden al nivel de gestión táctica y/u operativa. Por su parte, los niveles correspondientes a las áreas, programas y planes

corresponden al nivel estratégico por su vinculación directa al nuevo propósito de la entidad, sus objetivos y sus distintos ejes de actuación.

PROGRAMAS Y PLANES DE ACTUACIÓN POR ÁREAS DE ACTIVIDAD

ÁREA DE MEJORA DE LA OFERTA

1. Programa de sostenibilidad ambiental
01. Plan de acción climática
02. Plan de sensibilización
2. Programa de mejora de producto turístico
03. Hub de innovación
04. Plan de apoyo a la organización de eventos en destino
05. Plan de gestión de proyectos de mejora de producto

ÁREA DE GENERACIÓN DE DEMANDA Y COMUNICACIÓN

3. Programa de promoción al cliente final
06. Plan de promoción sol y playa +
07. Plan de promoción de producto turístico
08. Plan de promoción a segmentos específicos
4. Programa de promoción dirigido al profesional
09. Plan de promoción al profesional
5. Programa de comunicación corporativa y gestión de crisis
10. Plan de comunicación corporativa
11. Plan de gestión de crisis

ÁREA DE GESTIÓN DE LA DEMANDA

6. Programa de comercialización lado proveedor
12. Plan de gestión
13. Plan de gestión del on-boarding empresas y entidades intermedias
14. Plan de gestión del on-boarding entidades de promoción e instituciones
7. Programa de comercialización lado cliente
15. Plan de gestión de medios propios
16. Plan de atención al turista
17. Plan de comunicación en destino
18. Plan de fidelización
19. Plan de gestión de proyectos de mejora de la experiencia de cliente

ÁREA DE SOPORTE

8. Programa de digitalización y tecnología
20. Plan de infraestructuras
21. Plan de consultoría y desarrollo de soluciones
9. Programa de mejora de la conectividad
22. Plan de incentivos a la mejora de la conectividad
23. Plan de fomento de la conectividad
10. Programa de inteligencia turística y planificación estratégica
24. Plan de gestión de proyectos de inteligencia turística
25. Plan de gestión de proyectos de planificación estratégica
11. Programa de RRHH, contratación y servicio jurídico
26. Plan de RRHH
27. Plan de contratación
28. Plan jurídico
29. Programa de planificación financiera, control y contabilidad

INDICADORES

A fin de poder realizar un proceso eficiente de seguimiento y evaluación de los distintos

planes de actuación que desarrollan la estrategia de Promotur Turismo Canarias S.A. a fin de establecer medidas de mejora y/o modificación, en su caso, o de potenciación y optimización, se establecen los siguientes indicadores de gestión para cada uno de los programas de actividad. Estos indicadores se contemplan como instrumentos para ayudar a definir, comunicar y controlar la estrategia de la sociedad, a través de sus correspondientes planes de actuación anuales.

INDICADORES DE GESTIÓN

ÁREA DE MEJORA DE LA OFERTA

1. Programa de sostenibilidad ambiental

- a) Número de entidades turísticas que miden su huella de carbono en la plataforma de Islas Canarias
- b) Número de entidades turísticas canarias que han firmado el acuerdo de Glasgow del turismo por el clima
- c) Porcentaje de reducción de la huella de carbono del sector turístico canario
- d) Presupuesto ejecutado en acciones de comunicación en sostenibilidad ambiental
- e) Presupuesto ejecutado en acciones de recuperación de espacios naturales degradados.

2. Programa de mejora de producto turístico

- a) Número de iniciativas de innovación promovidas
- b) Presupuesto invertido a través del hub de innovación
- c) Número de solicitudes recibidas y atendidas en las convocatorias anuales de patrocinio de eventos en destino
- d) Presupuesto asignado y ejecutado a patrocinios de eventos en destino

ÁREA DE GENERACIÓN DE DEMANDA Y COMUNICACIÓN

3. Programa de promoción al cliente final

- a) Número de impactos publicitarios a cliente final

4. Programa de promoción al profesional en origen

- a) Número de impactos publicitarios a público profesional

5. Programa de comunicación corporativa y gestión de crisis

- a) Número de empresas turísticas canarias suscritas a la lista de distribución de información corporativa

ÁREA DE GESTIÓN DE LA DEMANDA

6. Programa de comercialización lado proveedor

- a) Número de empresas que comercializan productos en la plataforma
- b) Facturación total empresas en la plataforma
- c) Índice de satisfacción de las empresas participantes como proveedores

7. Programa de comercialización lado cliente

- a) Número de registros activos en CRM
- b) Volumen total de compras en la plataforma
- c) Índice de satisfacción de clientes (Net Promoter Score)
- d) Porcentaje de impactos publicitarios orgánicos en medios propios
- e) Número de visitas a holaislascanarias.com

ÁREA DE SOPORTE

8. Programa de digitalización y tecnología

- a) Grado de integración del destino Islas Canarias en la Plataforma Digital Islas Canarias
- b) Puesta a disposición de las empresas turísticas de las Islas Canarias de soluciones digitales (Base de datos de recursos turísticos única, DMP, CRM, Plataforma comercialización experiencias turísticas, Aplicación Viaje a la Descarbonización...)
- c) Grado de utilización de la bases de datos única de producto turístico de la PDTIC.

9. Programa de mejora de la conectividad

- a) Porcentaje de plazas aéreas servidas (nacionales e internacionales) por temporada turística para todos los aeropuertos canarios respecto a 2019.
- b) Número de aeropuertos nacionales e internacionales con conexión directa con los

aeropuertos canarios en relación con 2019.

c)HdC por pasajero llegado a canarias y su relación respecto a 2019.

10.Programa de inteligencia turística y planificación

a)Porcentaje de integración de los observatorios turísticos canarios.

b)Creación del Gemelo Digital del Turismo de Islas Canarias.

3.- DATOS PRESUPUESTARIOS:

3.1. Presupuesto de Capital:

3.1.1 Flujos de efectivo de las actividades de explotación: Está formado básicamente por

el resultado previsto de cierre del ejercicio más los ajustes del resultado por las amortizaciones del inmovilizado menos el traspaso a resultados de las subvenciones de capital.

3.1.2 Flujos de efectivo de las actividades de inversión: No se prevé ningún flujo de efectivo por actividades de inversión.

3.1.3 Flujos de efectivo de las actividades de financiación: Está formado por la aportación de socios para financiar los gastos de explotación, que para este año 2024 ya incorpora un incremento acordado con la Consejería de Turismo y Empleo para poder cumplimentar adecuadamente el Instrumento de Planificación Estratégico aprobado.

3.2. Presupuesto de Explotación:

Ingresos:

3.2.1 Importe neto de la cifra de negocios y Otros ingresos de explotación:

Las cifras aportadas como ingresos se identifican con:

- Ingresos por Convenios cerrados con la Consejería de Turismo y Empleo.

- Las subvenciones concertadas con la Consejería de Turismo y Empleo, para las que se incluyen aquellas, entre otras, las previstas para "Desarrollo del Plan Promocional, Programa Operativo FEDER2021/2027" por 12.575.000 €.

- Y, por último, se estima que para las aportaciones MRR tanto Extra peninsular como de Cohesión se imputaran como resultados de otros ejercicios.

3.2.2 Gastos:

- Los gastos de "Aprovisionamiento" y los "Otros gastos de Explotación" se han estimado teniendo en cuenta la experiencia en años anteriores sobre el volumen de ingresos y los planes de actuación definidos por la Dirección.

- Los gastos de personal, reflejan por una parte la totalidad de la plantilla recogida en el IPE y, por otro lado, los contratos eventuales necesarios para poder acometer los servicios ofrecidos para partida de ingresos por Convenios.

- No se estiman gastos excepcionales o financieros dado que a la fecha de esta estimación no son materiales.

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS	2024
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.	SP-8
MEMORIA EXPLICATIVA DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2023 Y DE SU ADAPTACIÓN AL PROGRAMA DE ACTUACIÓN PLURIANUAL (1)	
<p>1.- DATOS GENERALES:</p> <p>1.1. Ente: Promotur Turismo Canarias S.A.</p> <p>1.2. Objeto Social/Fin fundacional: Las actividades relacionadas con el estudio, promoción, fomento, difusión y comercialización de los distintos productos y servicios turísticos de Canarias y de potenciación de la oferta turística del Archipiélago.</p> <p>2.- ESTRATEGIA DEL ENTE:</p> <p>2.1. Objetivos estratégicos del ente: El 31 de marzo fue aprobado el Plan Estratégico Canarias Destino 2022 – 2023, y el 7 de julio de el Instrumento de Planificación Estratégica 2022 – 2024 ambos del presente año y por el consejo de administración de Promotur Turismo de Canarias, S.A. La memoria del Paif 2023 se realiza de acuerdo con lo establecido en estos dos instrumentos estratégicos. La nueva realidad conformada por los cambio en los hábitos de comportamiento de los turistas como consumidores, en la consideración del impacto del turismo en el territorio y en el modelo de negocio turístico global y su transformación digital, junto a la pandemia y al complejo proceso de reactivación como elementos de aceleración de toda esta transformación, determina para Promotur Turismo Canarias S.A. la actualización de su propósito como organización, incorporando una visión ampliada de su papel como instrumento de fomento de la actividad turística. Descriptivo de la misión de Promotur Turismo Canarias S.A. recogida en el Plan de Marketing Estratégico 2018-2022: "Aportar valor al ecosistema turístico canario en la construcción de un modelo competitivo y sostenible en el tiempo a través del diseño y ejecución de actuaciones dirigidas a atraer turistas a sus distintos destinos insulares y a promover su repetición y prescripción". Nuevo propósito Promotur Turismo Canarias S.A.:</p> <p>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</p> <p>OBJETIVOS Ante el reto de contribuir al mantenimiento de la competitividad del modelo turístico canario a través de su transformación, el marco estratégico de actuación de Promotur Turismo Canarias S.A. para los años 2022, 2023 y 2024 se conforma a partir de tres grandes objetivos estratégicos: 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 la ciudadanía 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 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.</p> <p>EJES DE ACTUACIÓN El presente plan formula la estrategia de actuación de Promotur Turismo Canarias S.A. en torno a ocho ejes transversales de actuación que alcanzan a todos sus programas, planes y proyectos. Eje 1: El liderazgo digital La 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. Alcanzar este liderazgo implica la adopción de los nuevos modelos de negocio de las plataformas</p>	

digitales, el despliegue de todo tipo de capacidades tecnológicas en ámbitos como la Inteligencia Artificial, el Internet de las Cosas (IoT) y las denominadas Smart Cities y, en especial, la creación y potenciación de una plataforma digital única orientada a la organización y potenciación del ecosistema turístico canario en su globalidad, facilitando visibilidad, oportunidades de comercialización, acceso a proveedores, mejora de procesos, e inteligencia de negocio a todo el sector turístico canario. Aumentar el componente local del turismo canario y ofrecer herramientas para la mejora en el control de la huella de carbono de la actividad turística, además de otras funcionalidades, con el fin de promover, el intercambio de datos e información relevante son otros de los objetivos del proyecto.

Eje 2: La conexión directa con el visitante

El corazón de toda actividad turística se concentra en los deseos y las emociones de los turistas. Si no se desarrollan capacidades para ser relevantes en ese delicado territorio de intangibles, ninguna estrategia podrá compensarlo. Por eso, establecer y desarrollar con ellas una conexión directa, que nos permita conocer y responder a sus intereses y expectativas, es un objetivo irrenunciable.

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 y permita, de una manera directa, incrementar el conocimiento de los intereses y expectativas de las personas que valoran Canarias para sus vacaciones.

Eje 3: La gestión del conocimiento

El acceso a la información y la transformación de esta en valor es una poderosa herramienta competitiva. "La información es poder" es una expresión de renovada actualidad a medida que la tecnología acelera los procesos de captación y explotación de datos. Desde un enfoque abierto y transparente, abierto a la colaboración y compartición, es necesario convertir la inteligencia turística en una fortaleza.

Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología
El liderazgo internacional alcanzado por las Canarias debe mucho a las excepcionales condiciones naturales y climáticas de las Islas, pero también a la visión de muchas personas y organizaciones con espíritu emprendedor. Ahora, en un contexto tan cambiante, este carácter innovador y creativo es más necesario que nunca.

La participación activa de institutos de innovación, universidades y resto de entidades del ecosistema de innovación de Canarias, además de profesionales y expertos, y la implicación y movilización del talento de la sociedad canaria enriquecerá el proceso de transformación del modelo turístico de las Islas.

Eje 5: 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 y territorios, hará más competitivo y sostenible al turismo canario y a toda la economía de las Islas como consecuencia de su capacidad tractora. Y será más atractivo para sus potenciales visitantes porque el "componente canario" incrementa la autenticidad de la experiencia turística.

Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante

Frente a una situación de alta incertidumbre, es necesario asumir un escenario de cambio constante y potenciar las capacidades de adaptación a partir de la anticipación de tendencias internacionales y la formación en competencias y habilidades de gestión del cambio y la flexibilización de todos nuestros operativos.

Eje 7: 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 es superar esa dicotomía para alcanzar un mayor grado de control de todo el proceso productivo turístico desde la confluencia y la cooperación con el resto de los agentes implicados.

Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada

La diversidad del archipiélago es una fortaleza que ha contribuido decididamente a su trayectoria de éxito como destino turístico. Pero, si no se gestiona con inteligencia, la diversidad puede conllevar también dispersión de esfuerzos, derroche de recursos e ineficiencias. La cogobernanza y la colaboración son las herramientas a impulsar para evitar estos riesgos sin menoscabo del valor de nuestra diversidad.

RESULTADO FINAL PERSEGUIDO.

A finales de diciembre de 2024 Canarias por medio del eficaz desarrollo del presente plan

7 millones de visitantes de 2027 canarias por medio del eficaz desarrollo del presente plan estratégico aspira a ser:

Más Resiliente, como consecuencia principal de haber incrementado “la componente canaria” de su propuesta turística y haber alcanzado un mayor control/soberanía en el proceso productivo turístico completo, superando la dicotomía entre origen y destino.

Haber avanzado en la descarbonización de la economía turística canaria, gracias al eficaz desarrollo e implementación de herramientas que aceleren la reducción de la Huella de Carbono de las empresas turísticas y del destino en su conjunto, de forma tal que Canarias sea el destino turístico que lidere la consecución de los objetivos de Glasgow por una década de acción climática.

Haber aumentado los impactos positivos en los ciudadanos y la economía del archipiélago, por contar con un destino que ha reducido significativamente su impacto en el medio ambiente, que contribuye a la regeneración de este y haber aumentado los ingresos por turista y sus beneficios para ciudadanos y empresas.

Objetivos/Actuaciones/Actividad a desarrollar durante el ejercicio 2023:

Enumerar los objetivos/actividades/actuaciones a desarrollar en el ejercicio 2023, con una breve explicación del contenido de las mismas, del coste de su desarrollo, de los resultados a lograr, y de los indicadores que permitan la medición del logro de dichos resultados.

OBJETIVOS

Los objetivos del Plan de Actuación 2023 son los objetivos definidos en el Plan Estratégico Canarias Destino 2024 – 2024.

PLAN DE ACTUACIÓN 2023.

La estrategia formulada en el presente Plan se declina a través de un mapa de aplicación ordenado a partir de sus tres áreas de actividades clave y una cuarta área de actividades de soporte:

Área de mejora de la oferta

Área de generación de demanda

Área de gestión de la demanda

Área de soporte

Cada una de estas áreas se declina en distintos programas, que a su vez se declinan en planes, y estos, en proyectos. Los proyectos corresponden al nivel de gestión táctica y/u operativa. Por su parte, los niveles correspondientes a las áreas, programas y planes corresponden al nivel estratégico por su vinculación directa al nuevo propósito de la entidad, sus objetivos y sus distintos ejes de actuación.

PROGRAMAS Y PLANES DE ACTUACIÓN POR ÁREAS DE ACTIVIDAD

ÁREA DE MEJORA DE LA OFERTA

1.Programa de sostenibilidad ambiental

01. Plan de acción climática

02. Plan de sensibilización

2.Programa de mejora de producto turístico

03. Hub de innovación

04. Plan de apoyo a la organización de eventos en destino

05. Plan de gestión de proyectos de mejora de producto

ÁREA DE GENERACIÓN DE DEMANDA Y COMUNICACIÓN

3.Programa de promoción al cliente final

06. Plan de promoción sol y playa +

07. Plan de promoción de producto turístico

08. Plan de promoción a segmentos específicos

4.Programa de promoción dirigido al profesional

09. Plan de promoción al profesional

5.Programa de comunicación corporativa y gestión de crisis

10. Plan de comunicación corporativa

11. Plan de gestión de crisis

ÁREA DE GESTIÓN DE LA DEMANDA

6.Programa de comercialización lado proveedor

12. Plan de gestión

13. Plan de gestión del on-boarding empresas y entidades intermedias

14. Plan de gestión del on-boarding entidades de promoción e instituciones

7.Programa de comercialización lado cliente

15. Plan de gestión de medios propios

16. Plan de atención al turista

17. Plan de comunicación en destino
18. Plan de fidelización
19. Plan de gestión de proyectos de mejora de la experiencia de cliente

ÁREA DE SOPORTE

8. Programa de digitalización y tecnología
20. Plan de infraestructuras
21. Plan de consultoría y desarrollo de soluciones
9. Programa de mejora de la conectividad
22. Plan de incentivos a la mejora de la conectividad
23. Plan de fomento de la conectividad
10. Programa de inteligencia turística y planificación estratégica
24. Plan de gestión de proyectos de inteligencia turística
25. Plan de gestión de proyectos de planificación estratégica
11. Programa de RRHH, contratación y servicio jurídico
26. Plan de RRHH
27. Plan de contratación
28. Plan jurídico
12. Programa de planificación financiera, control y contabilidad
29. Plan de planificación financiera y control
30. Plan de contabilidad

INDICADORES

A fin de poder realizar un proceso eficiente de seguimiento y evaluación de los distintos planes de actuación que desarrollan la estrategia de Promotur Turismo Canarias S.A. a fin de establecer medidas de mejora y/o modificación, en su caso, o de potenciación y optimización, se establecen los siguientes indicadores de gestión para cada uno de los programas de actividad. Estos indicadores se contemplan como instrumentos para ayudar a definir, comunicar y controlar la estrategia de la sociedad, a través de sus correspondientes planes de actuación anuales.

INDICADORES DE GESTIÓN

ÁREA DE MEJORA DE LA OFERTA

1. Programa de sostenibilidad ambiental
 - a) Número de entidades turísticas que miden su huella de carbono en la plataforma de Islas Canarias
 - b) Número de entidades turísticas canarias que han firmado el acuerdo de Glasgow del turismo por el clima
 - c) Porcentaje de reducción de la huella de carbono del sector turístico canario
 - d) Presupuesto ejecutado en acciones de comunicación en sostenibilidad ambiental
 - e) Presupuesto ejecutado en acciones de recuperación de espacios naturales degradados.
2. Programa de mejora de producto turístico
 - a) Número de iniciativas de innovación promovidas
 - b) Presupuesto invertido a través del hub de innovación
 - c) Número de solicitudes recibidas y atendidas en las convocatorias anuales de patrocinio de eventos en destino
 - d) Presupuesto asignado y ejecutado a patrocinios de eventos en destino

ÁREA DE GENERACIÓN DE DEMANDA Y COMUNICACIÓN

3. Programa de promoción al cliente final
 - a) Número de impactos publicitarios a cliente final
4. Programa de promoción al profesional en origen
 - a) Número de impactos publicitarios a público profesional
5. Programa de comunicación corporativa y gestión de crisis
 - a) Número de empresas turísticas canarias suscritas a la lista de distribución de información corporativa

ÁREA DE GESTIÓN DE LA DEMANDA

6. Programa de comercialización lado proveedor
 - a) Número de empresas que comercializan productos en la plataforma
 - b) Facturación total empresas en la plataforma
 - c) Índice de satisfacción de las empresas participantes como proveedores

7. Programa de comercialización lado cliente

- a) Número de registros activos en CRM
- b) Volumen total de compras en la plataforma
- c) Índice de satisfacción de clientes (Net Promoter Score)
- d) Porcentaje de impactos publicitarios orgánicos en medios propios
- e) Número de visitas a holaislascanarias.com

ÁREA DE SOPORTE

8. Programa de digitalización y tecnología

- a) Grado de integración del destino Islas Canarias en la Plataforma Digital Islas Canarias
- b) Puesta a disposición de las empresas turísticas de las Islas Canarias de soluciones digitales (Base de datos de recursos turísticos única, DMP, CRM, Plataforma comercialización experiencias turísticas, Aplicación Viaje a la Descarbonización...)
- c) Grado de utilización de la bases de datos única de producto turístico de la PDTIC.

9. Programa de mejora de la conectividad

- a) Porcentaje de plazas aéreas servidas (nacionales e internacionales) por temporada turística para todos los aeropuertos canarios respecto a 2019.
- b) Número de aeropuertos nacionales e internacionales con conexión directa con los aeropuertos canarios en relación con 2019.
- c) HdC por pasajero llegado a canarias y su relación respecto a 2019.

10. Programa de inteligencia turística y planificación

- a) Porcentaje de integración de los observatorios turísticos canarios.
- b) Creación del Gemelo Digital del Turismo de Islas Canarias.

3.- DATOS PRESUPUESTARIOS:

3.1. Presupuesto de Capital:

Flujos de efectivo de las actividades de explotación: Está formado básicamente por el resultado previsto de cierre del ejercicio más los ajustes del resultado por las amortizaciones del inmovilizado menos el traspaso a resultados de las subvenciones de capital.

Flujos de efectivo de las actividades de inversión: No se prevé ningún flujo de efectivo por actividades de inversión.

Flujos de efectivo de las actividades de financiación: Está formado por la aportación de socios para financiar los gastos de explotación.

3.2. Presupuesto de Explotación:

Ingresos:

1.- Importe neto de la cifra de negocios: El incremento en 2023 se debe al aumento en el importe de la encomienda de la Consejería de Turismo relativa a "la presentación de servicios relacionados con el objeto de la sociedad en el marco del sector público, tales como el Observatorio Turístico y la Unificación de sistemas de Información Turística", incrementándose esta partida en un total de 850.000 €.

Gastos:

1.- Gasto de personal: se ha realizado una previsión de gastos teniendo en cuenta todas las variables posibles, poniéndonos en el indicador máximo de gastos posibles, y así, hemos podido estudiar y llegar a la conclusión que entre los gastos posibles y los ingresos, esta sociedad no tendría desequilibrio presupuestario. Hemos de tener en consideración que la realización de los presupuestos presentados es a futuro, y debemos tener en cuenta todas las posibilidades para que esta empresa no incurra en déficit.

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS	2024
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.	SP-9
MEMORIA EXPLICATIVA DE LA EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2022	
<p>1.- DATOS GENERALES:</p> <p>1.1. Ente: Promotur Turismo Canarias S.A. 1.2. Objeto Social/Fin fundacional: Las actividades relacionadas con el estudio, promoción, fomento, difusión y comercialización de los distintos productos y servicios turísticos de Canarias y de potenciación de la oferta turística del Archipiélago.</p> <p>2.- ESTRATEGIA DEL ENTE:</p> <p>El 31 de marzo de 2022, el Consejo de Administración de Promotur Turismo Canarias, S.A. (en adelante Turismo de Canarias) aprobó el Plan Estratégico Canarias Destino 2022 – 2023 y Plan de Actuaciones 2022, instrumento que recoge las actuaciones a desarrollar por la Entidad durante el año 2022 para la implementación operativa de su Plan Estratégico.</p> <p>La estrategia formulada en el mencionado Plan Estratégico se declina a través de un mapa de aplicación ordenado a partir de sus tres áreas de actividades clave y una cuarta área de actividades de soporte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Área de mejora de la oferta - Área de generación de demanda y comunicación - Área de gestión de la demanda - Área de soporte <p>Estas áreas a su vez se desarrollan en 12 Programas de Actuación, que a su vez se concretan en 30 Planes de Actuación vinculados directamente al propósito de la entidad, a sus objetivos y sus distintos ejes de actuación.</p> <p>A partir de ahora este documento se desarrollo, a fecha de mes de agosto de 2022, el grado de ejecución del mencionado Plan de Actuaciones 2022, acudiendo al nivel aérea y programa.</p> <p><u>Área de mejora de la oferta:</u></p> <p>-Programa de sostenibilidad ambiental. Se desarrolla a través del Plan de Acción climática y de Plan de sensibilización.</p> <p>* En el primero y a nivel macro se ha elaborado el Master Plan de acción por el Clima de Turismo de Canarias, que se lleva a aprobación en el mes de septiembre al Consejo Canario de Turismo y a Consejo de Administración de la entidad. Este es el instrumento clave para la adhesión a acuerdo Glasgow Por una década de Acción Climática. Y nivel micro se está terminando el despliegue de la aplicación web, “El viaje a la Descarbonización” , se trabaja para tenerla desplegada en la Plataforma Canarias Destino en el mes de octubre, y con ella poder facilitar a las empresas turísticas canaria su viaje a la descarbonización.</p> <p>* Respecto al segundo, Plan de sensibilización, entre otras acciones se han llevado a cabo producciones audiovisuales sobre proyectos de sostenibilidad en las 8 islas canarias, las primeras 3 piezas ya se difunde a través de las RRSS de Turismo de Islas Canarias.</p> <p>-Programa de mejora de producto. Se desarrolla por medio de tres planes: Hub de innovación, Plan de apoyo a la mejora de eventos en destino y Plan de mejora de producto.</p> <p>* Respecto al Hub de innovación se han avanzado parcialmente en la plataforma web que ha de soportarlo y se está priorizando el diseño de un marco de colaboración público – privado, que debe ser el instrumento administrativo que le da naturaleza al Hub, se trabaja para pueda ser publicado en el mes de octubre.</p> <p>* Plan de apoyo a la organización de eventos en destino, se han lanzado cuatro convocatorias por competencia competitiva para el patrocinio de eventos culturales, deportivos, turísticos, científicos que mejoren en posicionamiento turístico del destino. Se han recibido más de 500 solicitudes, ya hasta la fecha se han resuelto las tres primeras convocatorias.</p> <p><u>Área de generación de Demanda y Comunicación:</u></p> <p>-Programa de promoción al Cliente final. Se desarrolla por medio de tres planes, Plan de promoción de sol y playa+, Plan de promoción de producto turístico y Plan de promoción a segmentos específicos. Los tres planes se ejecutan de acuerdo con las previsiones, con resultados muy satisfactorios, destacando acciones como:</p>	

* Realización de campañas promocionales de notoriedad e imagen en medios y soportes, preferentemente digitales, a través de acción data, acción mobile con geolocalización, native advertising y travel influencers, en Reino Unido, Alemania, Noruega, Países Bajos, Dinamarca, Suecia, Irlanda, Bélgica, Italia, Francia, Suiza, República Checa, Polonia, Portugal, Luxemburgo y mercados nacional y canario.

* Plan especial de recuperación de La Palma, que incluye campañas regional y nacional, más 20 mil bonos de 250 euros, realizada en colaboración con ministerio de Turismo, Industrial y Comercio.

* Campañas de producto cultural y patrimonial, naturaleza y turismo activo.

* Diseño de nueva estrategia y campañas para los segmentos LGTB, REMOTE Workers, Senior+, Turismo Deportivo de entrenamiento profesional.

* Acciones de co-branding con operadores turísticos

* Actualización permanentes en la web holaislascanarias.com

* Apoyo a fam & press trips

* Apoyo o coproducciones de proyectos audiovisuales de interés turístico “Discovering Canary Islands”, “Hidden Canary Islands”, “Acoustic Home Sony)

* Asistencia a ferias turísticas de carácter presencial y virtuales

* Cobertura informativa de eventos con proyección turística

* Creación de contenidos audiovisuales y fotográficos

* Gestión y dinamización perfiles de Islas Canarias en redes sociales

* Proyecto Camino de Santiago entre Volcanes

-Programa de promoción dirigido al profesional. Destacar la vuelta de Turismo de Canarias al calendario de ferias turísticas, con participación hasta la fecha en más de 30 ferias, y que en las tres principales, ya realizado en FITUR, se ha medido la huella de carbono (HdC) de la participación del destino Islas Canarias y que este hecho ha tenido como resultado directo un rediseño del stand que canarias llevará a las siguientes 6 participaciones en las tres ferias principales (2 años), resultado este de menor HdC.

-Programa de comunicación corporativa y gestión de crisis. Se desarrolla a través de dos planes de actuación: Plan de comunicación corporativa, que se ejecuta de acuerdo con las previsiones y el Plan de Crisis, que ha dado como resultado la realización del Plan Estratégico de Gestión de Crisis de Turismo de Canarias y que en la actualidad se encuentra en la fase de implantación, con lo que se prevé su completa y eficaz ejecución en el presente ejercicio.

Área de gestión de la demanda:

-Programa de comercialización lado del proveedor, se desarrolla fundamentalmente sobre dos planes, el de gestión de on-boarding de empresas y entidades intermedias y el plan de on-boarding de entidades promocionales insulares y ayuntamientos turísticos. En la actualidad se está terminando el estudio sobre modelo de negocio y plan de on-boarding, teniéndose previsto para el mes de octubre poder abrir la fase de on-boarding de experiencias turísticas y en la aplicación “El viaje a la descarbonización”.

-Programa de comercialización lado del cliente, se desarrolla fundamentalmente sobre cinco planes, de los que se destacan: Plan de atención al turista con la dotación de un servicio de call center de atención al turista de canarias, actualmente en licitación, así mismo se está finalizado el plan estratégico de fidelización de turismo de canarias, y están operativos, el plan de comunicación de ventos en destino y se ejecuta de acuerdo a previsiones el plan de gestión/promoción de los medios propios.

Área de soporte:

-Programa de digitalización y tecnología, se desarrolla sobre dos planes:

* Plan de infraestructuras, la entidad ha desplegado, actualmente en preproducción, nuevas infraestructuras tecnológicas capaces de soportar la construcción de la Plataforma Destino Islas Canarias. La continuidad del este importante proyecto de infraestructura actualmente se encuentra en proceso abierto de licitación.

* Plan de consultoría y desarrollo de soluciones, que como hito destacado tienen en preproducción la aplicación web de experiencias turísticas canarias y la aplicación web del viaje a la descarbonización, ambas aplicaciones junto con el resto de las necesidades de consultoría y desarrollo de soluciones con propósito amplio se encuentra actualmente en proceso abierto de licitación.

-Programa de mejora de la conectividad, se soporta sobre dos planes, el Plan de incentivos a la conectividad y el Plan de fomento a la conectividad, en el primero se está trabajando para lanzar tres nuevas convocatorias para el próximo invierno 2022-2023, nuevas rutas, extraordinario de La Palma e incentivos a una conectividad mas sostenible. En el segundo se ejecuta de acuerdo a previsiones, destacando las asistencias a ferias específicas de conectividad, y con la elaboración y ejecución del Plan estratégico de Conectividad Aérea de Canarias.

-Programa de inteligencia turística y planificación, se está finalizando un nuevo portal de inteligencia turística y se ha trabajado en la elaboración de los Planes estratégicos de fidelización, de turismo activo, gestión de crisis y nuevo plan estratégico Canarias

Destino de Islas Canarias (finalizado).

-Programa de RRHH, contratación y servicios jurídicos, se trabaja en multitud de licitaciones, en el nuevo, y vital para el futuro de la Entidad, Instrumento de Planificación Estratégica (IPÉ), en el desarrollo del proceso de estabilización del empleo público, ambos concluidos y entre otros en la negociación del nuevo convenio colectivo.

-Programa de planificación financiera, control y contabilidad, se trabaja de acuerdo con las previsiones con normalidad y estricto cumplimiento de los plazos y procedimientos establecidos, tales como la celebración de los Consejos de Administración trimestrales obligados hasta la fecha.

3.- DATOS ECONÓMICOS FINALES VERSUS PRESUPUESTO:

Las cifras cerradas al 31 12 2022 son coherentes con las políticas y datos económicos presentados en el presupuesto 2022, excepto por las siguientes consideraciones :

- En Prestaciones de servicios se detecta un incremento de 100.000 € que obedece a la facturación realizada por el Convenio de Gestión del IBI, la cual, una parte fue prorrogada a 2.022 y, por tanto, no estaba previsto.

- En la partida de Aprovisionamiento, el mayor importe registrado frente al presupuesto por 23.990.758,47 € se debe a la ejecución de las aportaciones prorrogadas del ejercicio 2021, en las que se incluye la aportación referida al REACT-EU.

- El menor importe de Ingresos accesorios (178.193.43 €) es debido a la menor facturación de la prevista, realiza a terceros y por el concepto de la asistencia a las ferias.

- La cifra de Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio se ha incrementado en 24.238.433,48 € debido a que se ha registrado en 2022 toda la financiación procedente de ejercicios anteriores, debido por una parte a peticiones de prorrogas en la ejecución o por la propia naturaleza plurianual de las mismas.

- El importe total de Gastos de Personal se ha incrementado en 126.157,33 €, debido a la actualización salarial adeudada a los trabajadores del 5% de acuerdo con la normativa correspondiente.

- Existen otras partidas con pequeñas variaciones, como son Otros Gastos de Explotación para las que se ha experimentado crecimientos debidos a subidas en los precios de los productos como son los seguros o la custodia y servicios de las cuentas corrientes.

- La desviación en Deudores y otras cuentas a cobrar y en Otros activos corrientes viene motivada sobre todo por los importes de las transferencias para la actividad promocional pendientes de cobro del Tesoro Canario. En 2022, estas cantidades pendientes de cobro eran inferiores a las del ejercicio 2021. En el mismo epígrafe y dentro del apartado Periodificaciones a corto plazo, el mayor importe registrado con respecto al presupuesto se debe a la contabilización del gasto de la partida MRR que se ha gestionado y pagado en 2022 y que se consignará como gasto de 2023 y posteriores. También se destaca el mayor importe de

(1) INSTRUCCIONES

En esta ficha se realizarán un avance de la ejecución de las actuaciones previstas en el Presupuesto para 2022. La extensión máxima será de dos páginas.

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS					2024
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA O ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.					SP-10
FINANCIACIÓN PROCEDENTES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DISTINTAS DE LAS SUBVENCIONES(1)					
PROCEDENTES DEL CAPITULO DE INVERSIONES REALES DE LA COMUNIDAD	IMPORTE	SECCIÓN	SERVICIO	PROGRAMA	PILA
Proyecto de Información Tecnológica Management Office	0,00	16	09	432H	156G0072
Sistema de Información Turística sobre perfiles de turistas	0,00	16	09	432H	156G0072
Observatorio Turístico	450.000,00				
Unificación de sistemas Información Turística	0,00				
PROCEDENTES DEL CAPITULO DE GASTOS CORRIENTES DE LA COMUNIDAD	IMPORTE	SECCIÓN	SERVICIO	PROGRAMA	APLICACIÓN
FINANCIACIÓN PROCEDENTES DE OTROS ENTES DISTINTAS DE LAS SUBVENCIONES					
PROCEDENTES DEL CAPITULO DE INVERSIONES					IMPORTE
* Estado					
* Corporaciones Locales					
* Otros Entes					
PROCEDENTES DEL CAPITULO DE GASTOS CORRIENTES					
* Estado					
* Corporaciones Locales					
* Otros Entes					

INSTRUCCIONES

(1) Se incluirá el importe de las encomiendas de la Comunidad Autónoma que se recibirán para el ejercicio de 2022, así como el origen de éstas expresado en términos de:

- Sección, Consejería o Departamento que concede la subvención.
- Servicio o Centro Directivo de la correspondiente Consejería ú Organismo Autónomo.
- Programa Presupuestario.

