DATOS EJERCICIO 2024

INFORMACIÓN GENERAL INSTITUCIONAL, HISTÓRICA Y ECONÓMICA DE PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.

1. Promotur Turismo Canarias, S.A. es una sociedad mercantil pública adscrita a la Consejería de Turismo y Empleo del Gobierno de Canarias.

2. Fecha de creación: 11 de marzo de 2005.

3. Objeto social: estudio, promoción, fomento, difusión y comercialización de los distintos productos y servicios turísticos de Canarias y potenciación de la oferta turística del archipiélago.

4. Capital social: El capital social se fija en la suma de SEISCIENTOS MIL EUROS (600.000 €) completamente suscrito y desembolsado por la Comunidad Autónoma de Canarias.

Dicho capital social estará dividido y representado por DOSCIENTAS (200) ACCIONES ORDINARIAS NOMINATIVAS, representada mediante títulos, de TRES MIL (3.000) EUROS, de valor nominal cada una, agrupadas en dos series, la SERIE A, compuesta por 102 ACCIONES, numeradas correlativamente del 1 al 102, representan el 51% del capital, ambos inclusive, totalmente suscritas, exclusivamente, por la Comunidad Autónoma de Canarias, y la SERIE B, compuesta por 98 ACCIONES numeradas correlativamente del 103 al 200, representan un 49% del capital, ambos inclusive, a suscribir, por las Entidades de Promoción Turística Insular constituidas por los Cabildos Insulares, o en su defecto por los Cabildos Insulares, cuyo reparto entre las islas se realizará en partes iguales de 14 acciones. Todas las acciones de cada serie están representadas por títulos unitarios o múltiples, que contendrán todos los requisitos legales, estando desembolsado todo el capital social.

En tanto las acciones de la serie B no sean adquiridas por las Entidades de Promoción turística constituidas por los Cabildos Insulares podrán ser suscritas por la Comunidad Autónoma de Canarias.

Participación	**Porcentaje**	**Acciones**	**Precio**
Serie A	**51 %**	**102**	**3.000 €**
Serie B	**49 %**	**98**	**3.000 €**

5. Financiación: a través de aportaciones dinerarias, encomiendas de la Consejería de Turismo y Empleo y, para el desarrollo de las actividades de promoción, investigación y gestión de la marca, cofinanciación europea en el marco del programa operativo Canarias 2014-2020.

6. Consejo de administración:
https://transparencia.turismodeislascanarias.com/organizativa

Promotur Turismo Canarias, S.A., C.I.F. A-35845593, Inscrita en el Registro Mercantil de Las Palmas, Tomo 1758, Libro G.C. 34913, Inscripción 1ª.

7. Sede social:

Desde 2019, en C/ Eduardo Benot, 35, bajo, Edificio Woermann, C.P. 35008, Las Palmas de Gran Canaria. En estas nuevas instalaciones convive con Hoteles Escuela de Canarias (HECANSA), en un espacio ideado para albergar el Espacio de la Marca Islas Canarias (EMIC).

Promotur cuenta también con una oficina en Tenerife, localizada en C/ Villalba Hervás, 12, 3ºC 11ª – 38002 Santa Cruz de Tenerife.

8. Gerencias:

- Septiembre 2007 – Enero 2010 Yolanda Perdomo Aparicio.
- Enero 2010 – Diciembre 2010 Melchor Camón Torres.
- Diciembre 2010 – Abril 2020 María Méndez Castro.
- **Septiembre 2020 – *Actualidad José Juan Lorenzo Rodríguez**

9. Organización interna:

- **Dirección Gerente**: Oficia de Apoyo a Dirección.
- **Área de Servicios Jurídicos, Contratación Pública y RRHH**
- **Área de Mejora de la Oferta:** Sostenibilidad Ambiental
- **Área de Generación de Demanda y Comunicación:** Promoción Sol y Playa y a Profesionales, Promoción a Segmentos Específicos y Promoción de Producto, Comunicación Corporativa y Gestión de Crisis.
- **Área de Gestión de la Demanda**: Programas de Comercialización.
- **Área de Soporte:** Programas de inteligencia Turística y Planificación de Mejora en la Conectividad, Programas de Digitalización y Tecnología y Departamento de Planificación y Control Financiero.

10. Principales hitos históricos:

- **2006**
  - Inicio de la promoción en los stands de las ferias, en jornadas y otros eventos, como marca única Islas Canarias, que actúa como paraguas de las islas diferenciadas, pero con una estrategia común.
- **2009**
  - Nueva marca gráfica promocional del destino en la que se incorpora la palabra “Islas”.
  - Puesta en marcha de los Clubes de producto: Family Welcome, Volcanic Experience, Water Sports Experience y Wellness Delight.
  - Inicio de la comunicación en redes sociales (Facebook y Twitter).
- **2010**
  - Creación del Brandcentre para poner a disposición del sector los elementos gráficos de la marca.
  - Renovación de la web promocional y nuevo dominio: “www.canarias.es”.
  - Creación de la primera web corporativa que adopta el anterior dominio de la web promocional: “www.promoturturismocanarias.com”.

- **2011**
  - Inicio de la estrategia multilingüe en Facebook y Twitter (actualmente 9 idiomas en Facebook y 2 en Twitter).
- **2013**
  - Presentación de la nueva estrategia *always-on* orientada al cliente final.
  - Lanzamiento de la frase de posicionamiento "Latitud de vida".
  - Adaptación de la marca gráfica "Islas Canarias, Latitud de vida" a todos los idiomas de los mercados emisores.
  - Presentación del Plan de Marketing de la marca turística Islas Canarias (documento anual).
  - Puesta en marcha de los perfiles de Islas Canarias en Instagram (actualmente 10 idiomas) y YouTube (actualmente 16 idiomas).
  - Se inicia el impulso de la conectividad aérea de Canarias mediante la concesión de incentivos a las aerolíneas a través del Fondo de Desarrollo de Vuelos.
- **2014**
  - Lanzamiento del Brandcentre, una herramienta online que permite la utilización con fines promocionales de miles de fotografías, vídeos y otros recursos gráficos y de texto de las Islas.
- **2015**
  - Lanzamiento de la tercera web promocional con nuevo dominio y en 15 idiomas www.holaislascanarias.com.
- **2016**
  - Renovación de la web profesional/corporativa con nuevo dominio: www.turismodeislascanarias.com
  - Inicio de la comunicación corporativa en Facebook y Twitter.
  - Creación del perfil de Islas Canarias en la red social rusa VKONTAKTE.
  - Puesta en marcha de la cuenta corporativa en la red social profesional LinkedIn (actualmente en español e inglés).
- **2017**
  - Primer perfil de Islas Canarias en la red social china Sina Weibo.
- **2019**
  - Renovación tecnológica del Brandcentre. https://brandcentre.hellocanaryislands.com/
- **2020**
  - Implementación de una plataforma de unificación de datos y atribución en la estrategia de marketing digital.
  - Incorporación a la promoción del turismo de larga estancia (Remote Workers).
  - Puesta en marcha del proyecto Canarias Fortaleza, en el que se incluye el Laboratorio Global de Seguridad Turística.

- Activación del teletrabajo con plena operatividad para toda la plantilla de Turismo de Islas Canarias con motivo del confinamiento impuesto por el estado de alarma originado por la pandemia.
- Creación de la plataforma gratuita de formación online de Turismo de Islas Canarias destinada al sector turístico profesional canario. Incluye convenio con la prestigiosa escuela de negocios Ostelea.
- Organización del vuelo de presentación de las Islas Canarias como destino seguro, apoyado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) de las Naciones Unidas. La delegación de este vuelo promocional y de validación de la seguridad del destino recorrió las ocho islas.
- Acción promocional de Islas Canarias en Snapchat para conectar con un público más joven, una audiencia distinta a las habituales, pero también prescriptoras del destino.
- Suscripción de una póliza de asistencia en viaje que cubría la posible cuarentena de los turistas en las Islas.
- Campañas de concienciación destinadas a la población canaria con el objetivo de disminuir el número de contagios.
- Participación en las ferias en formato virtual.
- Promotur publica su portal de transparencia y alcanza un 10 en el Índice de Transparencia de Canarias (ejercicio 2019).

- **2021**
  - Presentación de Canarias Destino, estrategia compartida de transformación del modelo turístico canario.
  - Puesta en marcha del Hub de Innovación, un espacio abierto de colaboración, captación e innovación que nace en el marco de la estrategia Canarias Destino.
  - Renovación de la web de promoción turística holaislascanarias.com, con tecnología de vanguardia que permitirá impactar a cada turista de manera personalizada.
  - Primer stand 100% libre de papel en Fitur 2021.
  - Convocatorias de patrocinios para la celebración de eventos presenciales en las Islas Canarias organizados por entidades privadas y públicas.
  - Desarrollo de una estrategia sin precedentes para incentivar el consumo turístico interno en la que destaca el bono turístico Somos Afortunados.
  - Se amplía la presencia digital de la marca turística Islas Canarias con la apertura de perfiles en Instagram en cinco nuevos idiomas (actualmente 10 idiomas).
  - Impulso a la estrategia de promoción del turismo de larga estancia: teletrabajadores, turismo silver plus y entrenamiento deportivo profesional.
  - Implantación de un servicio de seguimiento telefónico para los turistas que resultasen positivo en covid en las Islas Canarias como complemento a la póliza de asistencia que cubre la cuarentena.

- **2022**
    - Inicio de la estrategia promocional de La Palma en territorio nacional, tras darse por concluida la erupción de Cumbre Vieja, con la emisión de un spot antes y después de la retransmisión de las campanadas en Telecinco, Cuatro, Antena 3, La Sexta y Televisión Canaria.
    - Por primera vez se mide la huella de carbono de la presencia de Islas Canarias en Fitur y su compensación mediante una intervención ecológica consistente en acciones de reforestación.
    - Adhesión, junto a las patronales Ashotel, Feht, Asofuer y la Federación Turística de Lanzarote, al compromiso de Glasgow para reducir a la mitad las emisiones del sector en 2030.
    - Implantación del Bono Turístico La Palma con el objetivo de atraer a turistas y reactivar así el tejido económico de la isla tras el daño ocasionado por la erupción del volcán de Cumbre Vieja.
    - Aprobado el plan de actuación de mejora del destino. Para llevarlo a cabo se amplía el ámbito de actuación de Turismo de Islas Canarias, adquiriendo nuevos propósitos que no se limitan al marketing.
    - Incorporación de nueva sección en holaislascanarias.com y en los perfiles de redes sociales de Islas Canarias con contenidos destinados a prevenir accidentes acuáticos en la costa.
    - Incorporación del producto artesanal y tradicional canario como un protagonista más de la promoción turística de las Islas Canarias.
    - Nueva plataforma digital para consolidar las Islas Canarias como destino de los deportistas de élite.
    - Alianza con Expedia y TripAdvisor para estimular las ventas de viajes internacionales a las Islas Canarias.
    - Apuesta por nuevas fórmulas publicitarias como el acuerdo establecido con Rakuten TV para la realización de un reality de aventuras que promociona las Islas Canarias en 42 países europeos.
    - El Consejo Canario de Turismo respalda la adhesión al acuerdo de Glasgow y el plan de descarbonización del sector turístico de las Islas
    - Inicio de la producción audiovisual y difusión de iniciativas de sostenibilidad relacionadas con el turismo que se están desarrollando en las Islas Canarias.

- **2023**
  - Integración de las webs de La Gomera y Fuerteventura en holaislascanarias.com para convertirlo en un portal multimarca, reducir el gasto y avanzar en digitalización e inteligencia turística
  - La mayor inversión de la historia para el segmento de turismo interno, con un plan de acción para impulsar de 2,1 millones de euros centrado en las campañas de Semana Santa y verano
  - Colaboración en la convocatoria de ayudas a proyectos de eficiencia energética destinadas a empresas turísticas
  - Organización del 'Encuentro de innovación: retos y oportunidades en la comercialización online de experiencias turísticas', con la participación de las principales empresas líderes en este segmento a nivel mundial
  - Apuesta por fórmulas novedosas de comunicación como una serie documental de carácter musical impulsada por Sony Music y emitida en HBO Max España y Portugal que promociona las ocho islas
  - Activación de la primera emisión en directo y en primera persona de un triatleta en el Ironman Lanzarote para reforzar las Islas Canarias como destino para la práctica deportiva profesional.
  - En el marco de la colaboración público-pública, la plataforma de gestión de clientes (CRM) de Turismo de Islas Canarias cede un espacio en la herramienta para el envío de las comunicaciones de Turismo de Gran Canaria dirigidas a su audiencia.

- **2024**

  Digitalización y Comunicación
  - Integración de la web de La Palma en holaislascanarias.com como portal multimarca para avanzar en digitalización e inteligencia turística.
  - Apuesta por contenidos de entretenimiento: *Discovering Canary Islands 2*, *El Clásico Golf Cup* y la ficción sonora *Simulacro*, con gran éxito en plataformas como Apple Podcasts y Spotify.

  Campañas Promocionales
  - Campañas internacionales de concienciación sobre turismo responsable.
  - "Orgullo todo el año" en apoyo a la comunidad LGBT+.
  - Campañas dirigidas al turismo interno durante Semana Santa y verano.
  - Campaña de invierno "The sun changes your mood" con grafitis sostenibles en capitales europeas.
  - Alianza con Eurosport y deportistas como Alberto Contador para promocionar Canarias como destino de entrenamiento durante los JJOO de París 2024.
  - "El secreto está en el interior": promoción del turismo rural y de naturaleza.
  - "Islas con mucho que contar": contenido sobre patrimonio e identidad canaria.
  - Campañas de sensibilización ambiental en aeropuertos.

Sostenibilidad e Innovación

- 7 nuevas producciones sobre buenas prácticas sociales y ambientales en el turismo, sumándose a otras 16 de años anteriores.
- II Encuentro “Viaje a la descarbonización” y I Convención Turismo de Islas Canarias.
- II Encuentro de innovación sobre comercialización online de experiencias.
- Desarrollo del Plan de Acción Climática de El Hierro, como guía para otros microdestinos.
- Certificación AENOR para la herramienta de cálculo de huella de carbono “Viaje a la descarbonización”, primera en España.
- Talleres presenciales y online para capacitar a pymes turísticas en esta herramienta.
- I Jornada de reforestación en Gran Canaria con Fundación Foresta.

Reconocimientos

- Entrega de los Premios Turismo Islas Canarias 2024 en distintas categorías (accesibilidad, sostenibilidad, innovación, etc.) con motivo del Día Mundial del Turismo.

11. Premios y reconocimientos:

La labor desarrollada por Promotur ha acaparado en los últimos años numerosos premios y reconocimientos de prestigio: https://turismodeislascanarias.com/es/premios/

DATOS EJERCICIO 2023

INFORMACIÓN GENERAL INSTITUCIONAL, HISTÓRICA Y ECONÓMICA DE PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.

1. Promotur Turismo Canarias, S.A. es una sociedad mercantil pública adscrita a la Consejería de Turismo y Empleo del Gobierno de Canarias.

2. Fecha de creación: 11 de marzo de 2005.

3. Objeto social: estudio, promoción, fomento, difusión y comercialización de los distintos productos y servicios turísticos de Canarias y potenciación de la oferta turística del archipiélago.

4. Capital social: El capital social se fija en la suma de SEISCIENTOS MIL EUROS (600.000 €) completamente suscrito y desembolsado por la Comunidad Autónoma de Canarias.

Dicho capital social estará dividido y representado por DOSCIENTAS (200) ACCIONES ORDINARIAS NOMINATIVAS, representada mediante títulos, de TRES MIL (3.000) EUROS, de valor nominal cada una, agrupadas en dos series, la SERIE A, compuesta por 102 ACCIONES, numeradas correlativamente del 1 al 102, representan el 51% del capital, ambos inclusive, totalmente suscritas, exclusivamente, por la Comunidad Autónoma de Canarias, y la SERIE B, compuesta por 98 ACCIONES numeradas correlativamente del 103 al 200, representan un 49% del capital, ambos inclusive, a suscribir, por las Entidades de Promoción Turística Insular constituidas por los Cabildos Insulares, o en su defecto por los Cabildos Insulares, cuyo reparto entre las islas se realizará en partes iguales de 14 acciones. Todas las acciones de cada serie están representadas por títulos unitarios o múltiples, que contendrán todos los requisitos legales, estando desembolsado todo el capital social.

En tanto las acciones de la serie B no sean adquiridas por las Entidades de Promoción turística constituidas por los Cabildos Insulares podrán ser suscritas por la Comunidad Autónoma de Canarias.

Participación	**Porcentaje**	**Acciones**	**Precio**
Serie A	**51 %**	**102**	**3.000 €**
Serie B	**49 %**	**98**	**3.000 €**

5. Financiación: a través de aportaciones dinerarias, encomiendas de la Consejería de Turismo y Empleo y, para el desarrollo de las actividades de promoción, investigación y gestión de la marca, cofinanciación europea en el marco del programa operativo Canarias 2014-2020.

6. Consejo de administración:
https://transparencia.turismodeislascanarias.com/organizativa

7. Sede social:

Desde 2019, en C/ Eduardo Benot, 35, bajo, Edificio Woermann, C.P. 35008, Las Palmas de Gran Canaria. En estas nuevas instalaciones convive con Hoteles Escuela de Canarias (HECANSA), en un espacio ideado para albergar el Espacio de la Marca Islas Canarias (EMIC).

Promotur cuenta también con una oficina en Tenerife, localizada en C/ Villalba Hervás, 12, 3ºC 11ª – 38002 Santa Cruz de Tenerife.

8. Gerencias:

- Septiembre 2007 – Enero 2010 Yolanda Perdomo Aparicio.
- Enero 2010 – Diciembre 2010 Melchor Camón Torres.
- Diciembre 2010 – Abril 2020 María Méndez Castro.
- **Septiembre 2020 – *Actualidad José Juan Lorenzo Rodríguez**

9. Organización interna:

- **Dirección Gerente**: Oficia de Apoyo a Dirección.
- **Área de Servicios Jurídicos, Contratación Pública y RRHH**
- **Área de Mejora de la Oferta:** Sostenibilidad Ambiental
- **Área de Generación de Demanda y Comunicación:** Promoción Sol y Playa y a Profesionales, Promoción a Segmentos Específicos y Promoción de Producto, Comunicación Corporativa y Gestión de Crisis.
- **Área de Gestión de la Demanda**: Programas de Comercialización.
- **Área de Soporte:** Programas de inteligencia Turística y Planificación de Mejora en la Conectividad, Programas de Digitalización y Tecnología y Departamento de Planificación y Control Financiero.

10. Principales hitos históricos:

- **2006**
  - Inicio de la promoción en los stands de las ferias, en jornadas y otros eventos, como marca única Islas Canarias, que actúa como paraguas de las islas diferenciadas, pero con una estrategia común.
- **2009**
  - Nueva marca gráfica promocional del destino en la que se incorpora la palabra “Islas”.
  - Puesta en marcha de los Clubes de producto: Family Welcome, Volcanic Experience, Water Sports Experience y Wellness Delight.
  - Inicio de la comunicación en redes sociales (Facebook y Twitter).
- **2010**
  - Creación del Brandcentre para poner a disposición del sector los elementos gráficos de la marca.
  - Renovación de la web promocional y nuevo dominio: “www.canarias.es”.
  - Creación de la primera web corporativa que adopta el anterior dominio de la web promocional: “www.promoturturismocanarias.com”.

- **2011**
  - Inicio de la estrategia multilingüe en Facebook y Twitter (actualmente 9 idiomas en Facebook y 2 en Twitter).
- **2013**
  - Presentación de la nueva estrategia *always-on* orientada al cliente final.
  - Lanzamiento de la frase de posicionamiento "Latitud de vida".
  - Adaptación de la marca gráfica "Islas Canarias, Latitud de vida" a todos los idiomas de los mercados emisores.
  - Presentación del Plan de Marketing de la marca turística Islas Canarias (documento anual).
  - Puesta en marcha de los perfiles de Islas Canarias en Instagram (actualmente 10 idiomas) y YouTube (actualmente 16 idiomas).
  - Se inicia el impulso de la conectividad aérea de Canarias mediante la concesión de incentivos a las aerolíneas a través del Fondo de Desarrollo de Vuelos.
- **2014**
  - Lanzamiento del Brandcentre, una herramienta online que permite la utilización con fines promocionales de miles de fotografías, vídeos y otros recursos gráficos y de texto de las Islas.
- **2015**
  - Lanzamiento de la tercera web promocional con nuevo dominio y en 15 idiomas www.holaislascanarias.com.
- **2016**
  - Renovación de la web profesional/corporativa con nuevo dominio: www.turismodeislascanarias.com
  - Inicio de la comunicación corporativa en Facebook y Twitter.
  - Creación del perfil de Islas Canarias en la red social rusa VKONTAKTE.
  - Puesta en marcha de la cuenta corporativa en la red social profesional LinkedIn (actualmente en español e inglés).
- **2017**
  - Primer perfil de Islas Canarias en la red social china Sina Weibo.
- **2019**
  - Renovación tecnológica del Brandcentre. https://brandcentre.hellocanaryislands.com/
- **2020**
  - Implementación de una plataforma de unificación de datos y atribución en la estrategia de marketing digital.
  - Incorporación a la promoción del turismo de larga estancia (Remote Workers).
  - Puesta en marcha del proyecto Canarias Fortaleza, en el que se incluye el Laboratorio Global de Seguridad Turística.

- Activación del teletrabajo con plena operatividad para toda la plantilla de Turismo de Islas Canarias con motivo del confinamiento impuesto por el estado de alarma originado por la pandemia.
- Creación de la plataforma gratuita de formación online de Turismo de Islas Canarias destinada al sector turístico profesional canario. Incluye convenio con la prestigiosa escuela de negocios Ostelea.
- Organización del vuelo de presentación de las Islas Canarias como destino seguro, apoyado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) de las Naciones Unidas. La delegación de este vuelo promocional y de validación de la seguridad del destino recorrió las ocho islas.
- Acción promocional de Islas Canarias en Snapchat para conectar con un público más joven, una audiencia distinta a las habituales, pero también prescriptoras del destino.
- Suscripción de una póliza de asistencia en viaje que cubría la posible cuarentena de los turistas en las Islas.
- Campañas de concienciación destinadas a la población canaria con el objetivo de disminuir el número de contagios.
- Participación en las ferias en formato virtual.
- Promotur publica su portal de transparencia y alcanza un 10 en el Índice de Transparencia de Canarias (ejercicio 2019).

- **2021**
  - Presentación de Canarias Destino, estrategia compartida de transformación del modelo turístico canario.
  - Puesta en marcha del Hub de Innovación, un espacio abierto de colaboración, captación e innovación que nace en el marco de la estrategia Canarias Destino.
  - Renovación de la web de promoción turística holaislascanarias.com, con tecnología de vanguardia que permitirá impactar a cada turista de manera personalizada.
  - Primer stand 100% libre de papel en Fitur 2021.
  - Convocatorias de patrocinios para la celebración de eventos presenciales en las Islas Canarias organizados por entidades privadas y públicas.
  - Desarrollo de una estrategia sin precedentes para incentivar el consumo turístico interno en la que destaca el bono turístico Somos Afortunados.
  - Se amplía la presencia digital de la marca turística Islas Canarias con la apertura de perfiles en Instagram en cinco nuevos idiomas (actualmente 10 idiomas).
  - Impulso a la estrategia de promoción del turismo de larga estancia: teletrabajadores, turismo silver plus y entrenamiento deportivo profesional.
  - Implantación de un servicio de seguimiento telefónico para los turistas que resultasen positivo en covid en las Islas Canarias como complemento a la póliza de asistencia que cubre la cuarentena.

- **2022**
  - Inicio de la estrategia promocional de La Palma en territorio nacional, tras darse por concluida la erupción de Cumbre Vieja, con la emisión de un spot antes y después de la retransmisión de las campanadas en Telecinco, Cuatro, Antena 3, La Sexta y Televisión Canaria.
  - Por primera vez se mide la huella de carbono de la presencia de Islas Canarias en Fitur y su compensación mediante una intervención ecológica consistente en acciones de reforestación.
  - Adhesión, junto a las patronales Ashotel, Feht, Asofuer y la Federación Turística de Lanzarote, al compromiso de Glasgow para reducir a la mitad las emisiones del sector en 2030.
  - Implantación del Bono Turístico La Palma con el objetivo de atraer a turistas y reactivar así el tejido económico de la isla tras el daño ocasionado por la erupción del volcán de Cumbre Vieja.
  - Aprobado el plan de actuación de mejora del destino. Para llevarlo a cabo se amplía el ámbito de actuación de Turismo de Islas Canarias, adquiriendo nuevos propósitos que no se limitan al marketing.
  - Incorporación de nueva sección en holaislascanarias.com y en los perfiles de redes sociales de Islas Canarias con contenidos destinados a prevenir accidentes acuáticos en la costa.
  - Incorporación del producto artesanal y tradicional canario como un protagonista más de la promoción turística de las Islas Canarias.
  - Nueva plataforma digital para consolidar las Islas Canarias como destino de los deportistas de élite.
  - Alianza con Expedia y TripAdvisor para estimular las ventas de viajes internacionales a las Islas Canarias.
  - Apuesta por nuevas fórmulas publicitarias como el acuerdo establecido con Rakuten TV para la realización de un reality de aventuras que promociona las Islas Canarias en 42 países europeos.
  - El Consejo Canario de Turismo respalda la adhesión al acuerdo de Glasgow y el plan de descarbonización del sector turístico de las Islas
  - Inicio de la producción audiovisual y difusión de iniciativas de sostenibilidad relacionadas con el turismo que se están desarrollando en las Islas Canarias.

- **2023**
    - Integración de las webs de La Gomera y Fuerteventura en holaislascanarias.com para convertirlo en un portal multimarca, reducir el gasto y avanzar en digitalización e inteligencia turística
    - La mayor inversión de la historia para el segmento de turismo interno, con un plan de acción para impulsar de 2,1 millones de euros centrado en las campañas de Semana Santa y verano
    - Colaboración en la convocatoria de ayudas a proyectos de eficiencia energética destinadas a empresas turísticas
    - Organización del 'Encuentro de innovación: retos y oportunidades en la comercialización online de experiencias turísticas', con la participación de las principales empresas líderes en este segmento a nivel mundial
    - Apuesta por fórmulas novedosas de comunicación como una serie documental de carácter musical impulsada por Sony Music y emitida en HBO Max España y Portugal que promociona las ocho islas
    - Activación de la primera emisión en directo y en primera persona de un triatleta en el Ironman Lanzarote para reforzar las Islas Canarias como destino para la práctica deportiva profesional.
    - En el marco de la colaboración público-pública, la plataforma de gestión de clientes (CRM) de Turismo de Islas Canarias cede un espacio en la herramienta para el envío de las comunicaciones de Turismo de Gran Canaria dirigidas a su audiencia.

11. Premios y reconocimientos:

La labor desarrollada por Promotur ha acaparado en los últimos años numerosos premios y reconocimientos de prestigio: https://turismodeislascanarias.com/es/premios/