

**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, Industria y Comercio 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, Industria y Comercio 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/ Fomento, 7, 2ª planta Oficina 11ª – 38003 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:

- Áreas de negocio y soporte:
 - Branding
 - Comunicación de marketing
 - Investigación y Conectividad
 - Informática y Desarrollos Tecnológicos.
 - Administración.
 - Asesoría jurídica.
 - Relaciones Institucionales y Servicios Generales.
 - Personal y Contratación

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 marca 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 6 idiomas) y YouTube (actualmente 15 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/>

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/>