

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2019
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP- 1
ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO EN EL EJERCICIO			
	REAL 2017	ESTIMACIÓN 2018	PREVISIÓN 2019
A) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN			
1. Resultado del ejercicio antes de impuestos.	-2.165.867,00	-2.165.867,00	-2.223.683,00
2. Ajustes del resultado.	36.735,31	50.447,57	54.904,67
a) Amortización del inmovilizado (+).	65.303,79	79.328,50	72.640,28
b) Correcciones valorativas por deterioro (+/-).	139,05		
c) Variación de provisiones (+/-).			
d) Imputación de subvenciones (-).	-29.180,43	-28.729,27	-17.583,95
e) Resultados por bajas y enajenaciones del inmovilizado (+/-).			
f) Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros (+/-).			
g) Ingresos financieros (-).	-478,77	-151,66	-151,66
h) Gastos financieros (+).	951,67		
i) Diferencias de cambio (+/-).			
j) Variación del valor razonable en instrumentos financieros (+/-).			
k) Otros ingresos y gastos (-/+).			
3. Cambios de capital corriente.	777.281,04	-467.420,41	0,00
a) Existencias (+/-).			
b) Deudores y otras cuentas a cobrar (+/-).	-2.333.756,14	-104.511,33	
c) Otros activos corrientes (+/-).	215.299,14	-355,18	
d) Acreedores y otras cuentas a pagar (+/-).	2.861.663,23	-362.553,90	
e) Otros pasivos corrientes (+/-).	34.074,81		
f) Otros activos y pasivos no corrientes (-/+).			
4. Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación.	-472,90	151,66	151,66
a) Pagos de intereses (-).	-951,67		
b) Cobros de dividendos (+).			
c) Cobros de intereses (+).	478,77	151,66	151,66
d) Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios (+/-).			
e) Otros pagos (cobros) (-/+).			
5. Flujos de efectivo de las actividades de explotación (+/-1 +/-2 +/-3 +/-4).	-1.352.323,55	-2.582.688,18	-2.168.626,67
B) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN			
6. Pagos por inversiones (-).	-47.027,46	-92.984,78	-13.812,00
a) Empresas del grupo y asociadas.			
b) Inmovilizado intangible.	-7.969,36	-65.169,33	
c) Inmovilizado material.	-39.058,10	-27.815,45	-13.812,00
d) Inversiones inmobiliarias.			
e) Otros activos financieros.			
f) Activos no corrientes mantenidos para venta.			
g) Otros activos.			
7. Cobros por desinversiones (+).	20.671,31	0,00	0,00
a) Empresas del grupo y asociadas.			
b) Inmovilizado intangible.			
c) Inmovilizado material.			
d) Inversiones inmobiliarias.			
e) Otros activos financieros.	20.671,31		
f) Activos no corrientes mantenidos para venta.			
g) Otros activos.			
8. Flujos de efectivo de las actividades de inversión (7-6)	-26.356,15	-92.984,78	-13.812,00
C) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN			
9. Cobros y pagos por instrumentos de patrimonio.	2.165.867,00	2.165.867,00	2.223.683,00
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 (+).	2.165.867,00	2.165.867,00	2.223.683,00
10. Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero.	-10.165,77	-8.792,46	0,00
a) Emisión	1.290,45	0,00	0,00
1. Obligaciones y otros valores negociables (+).			
2. Deudas con entidades de crédito (+).	1.290,45		
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (+).			
4. Otras deudas (+).			
b) Devolución y amortización de:	-11.456,22	-8.792,46	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 (-).	-11.456,22	-8.792,46	
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).	2.155.701,23	2.157.074,54	2.223.683,00
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.	870.791,15	1.647.812,68	1.129.214,26
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio.	1.647.812,68	1.129.214,26	1.170.458,59

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2019
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP-2
BALANCE DE SITUACIÓN AL CIERRE DEL EJERCICIO			
	REAL 2017	ESTIMACIÓN 2018	PREVISIÓN 2019
A) ACTIVO NO CORRIENTE	445.544,38	459.200,66	400.372,38
I. INMOVILIZADO INTANGIBLE.	22.004,98	65.020,07	34.219,10
1. Investigación.			
2. Desarrollo.			
3. Concesiones.			
4. Patentes, licencias, marcas y similares.		0,00	0,00
5. Fondo de comercio.			
6. Aplicaciones informáticas.	22.004,98	65.020,07	34.219,10
7. Otro inmovilizado intangible.			
II. INMOVILIZADO MATERIAL.	417.539,40	388.180,59	360.153,28
1. Terrenos y construcciones.	327.396,91	310.385,03	292.294,05
2. Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material.	69.091,42	77.795,56	67.859,23
3. Inmovilizado en curso y anticipos.	21.051,07		
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.	6.000,00	6.000,00	6.000,00
1. Instrumentos de patrimonio			
2. Créditos a terceros			
3. Valores representativos de deuda			
4. Derivados			
5. Otras activos financieros	6.000,00	6.000,00	6.000,00
VI. Activos por impuesto diferido.			
VII. Deudores comerciales no corrientes			
B) ACTIVO CORRIENTE	8.489.660,84	8.075.928,93	8.117.173,26
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.	6.138.758,32	6.243.269,65	6.243.269,65
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios.			
2. Clientes, empresas del grupo y asociadas.	57.567,77		
3. Deudores varios.	147.156,81	58.710,29	58.710,29
4. Personal.			
5. Activos por impuesto corriente.			
6. Otros créditos con las Administraciones Públicas.	5.934.033,74	6.184.559,36	6.184.559,36
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	703.089,84	703.445,02	703.445,02
VII. EFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LÍQUIDOS EQUIVALENTES.	1.647.812,68	1.129.214,26	1.170.458,59
1. Tesorería.	1.647.812,68	1.129.214,26	1.170.458,59
2. Otros activos líquidos equivalentes.			
TOTAL ACTIVO (A + B)	8.935.205,22	8.535.129,59	8.517.545,64

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2019
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP- 3
BALANCE DE SITUACIÓN AL CIERRE DEL EJERCICIO			
	REAL 2017	ESTIMACIÓN 2018	PREVISIÓN 2019
A) PATRIMONIO NETO	853.906,64	832.933,96	819.746,00
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.	2.165.867,00	2.165.867,00	2.223.683,00
VII. Resultado del ejercicio.	-2.165.867,00	-2.165.867,00	-2.223.683,00
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.	253.906,64	232.933,96	219.746,00
B) PASIVO NO CORRIENTE	84.635,54	76.878,95	72.482,96
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.	0,00	0,00	0,00
1. Obligaciones y otros valores negociables.			
2. Deudas con entidades de crédito.			
3. Acreedores por arrendamiento financiero.			
4. Derivados.			
5. Otros pasivos financieros.			
III. DEUDAS CON EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A LARGO PLAZO.			
IV. PASIVOS POR IMPUESTO DIFERIDO.	84.635,54	76.878,95	72.482,96
V. PERIODIFICACIONES A LARGO PLAZO			
VI. ACREEDORES COMERCIALES NO CORRIENTES			
C) PASIVO CORRIENTE	7.996.663,04	7.625.316,68	7.625.316,68
I. PASIVOS VINCULADOS CON ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA.			
II. PROVISIONES A CORTO PLAZO.			
III. DEUDAS A CORTO PLAZO.	18.152,87	9.360,41	9.360,41
1. Obligaciones y otros valores negociables.			
2. Deudas con entidades de crédito.	9.360,41	9.360,41	9.360,41
3. Acreedores por arrendamiento financiero.			
4. Derivados.			
5. Otros pasivos financieros.	8.792,46	0,00	0,00
IV. DEUDAS CON EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A CORTO PLAZO.			
V. ACREEDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A PAGAR.	7.894.902,63	7.532.348,73	7.532.348,73
1. Proveedores.			
2. Proveedores, empresas del grupo y asociadas.			
3. Acreedores varios.	6.672.272,13	6.672.272,13	6.672.272,13
4. Personal (remuneraciones pendientes de pago).	80.376,66	82.856,00	82.856,00
5. Pasivos por impuesto corriente.			
6. Otras deudas con las Administraciones Públicas.	1.142.253,84	777.220,60	777.220,60
7. Anticipos de clientes.			
VI. PERIODIFICACIONES A CORTO PLAZO.	83.607,54	83.607,54	83.607,54
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)	8.935.205,22	8.535.129,59	8.517.545,64

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS		2019	
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.		SP- 4	
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO			
	REAL 2017	ESTIMACIÓN 2018	PREVISIÓN 2019
A) OPERACIONES CONTINUADAS			
1. IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS.	52.934,00	90.434,00	90.434,00
a) Ventas.	0,00	0,00	0,00
a.1) Al sector público			
a.2) Al sector privado			
b) Prestaciones de servicios.	52.934,00	90.434,00	90.434,00
b.1) Al sector público	52.934,00	90.434,00	90.434,00
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.	-18.640.577,74	-18.627.405,84	-19.073.633,02
a) Consumo de mercaderías.			
b) Consumo de materias primas y otras materias consumibles.			
c) Trabajos realizados por otras empresas.	-18.640.577,74	-18.627.405,84	-19.073.633,02
d) Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos.			
5. OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	18.627.483,01	18.753.795,07	19.153.795,07
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente.	435.155,25	396.434,07	396.434,07
b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio.	18.192.327,76	18.357.361,00	18.757.361,00
b.1) Estado			
b.2) Comunidad Autónoma	18.192.327,76	18.357.361,00	18.757.361,00
b.3) Corporaciones Locales			
b.4) Otros Entes			
b.5) Imputación de subvenciones de explotación de ejercicios anteriores			
6. GASTOS DE PERSONAL	-1.839.296,59	-2.025.786,10	-2.026.426,73
a) Sueldos, salarios y asimilados.	-1.439.718,03	-1.548.643,20	-1.549.233,83
b) Cargas sociales.	-399.578,56	-477.142,90	-477.192,90
c) Provisiones.			
7. OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN.	-336.536,60	-312.947,65	-312.947,65
a) Servicios exteriores.	-327.586,42	-304.622,05	-304.622,05
b) Tributos.	-8.950,18	-8.325,60	-8.325,60
c) Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales.			
d) Otros gastos de gestión corriente.			
8. AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO.	-65.303,79	-79.328,50	-72.640,28
9. IMPUTACIÓN DE SUBVENCIONES DE INMOVILIZADO NO FINANCIERO Y OTRAS.	29.180,43	28.729,27	17.583,95
10. EXCESO DE PROVISIONES.			
11. DETERIORO Y RESULTADO POR ENAJENACIONES DEL INMOVILIZADO.	8.767,83	6.662,96	0,00
a) Deterioros y pérdidas.			
b) Resultados por enajenaciones y otras.	8.767,83	6.662,96	
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)	-2.163.349,45	-2.165.846,79	-2.223.834,66
12. INGRESOS FINANCIEROS.	478,77	151,66	151,66
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	478,77	151,66	151,66
b1) De empresas del grupo y asociadas.			
b2) De terceros.	478,77	151,66	151,66
13. GASTOS FINANCIEROS.	-951,67	0,00	0,00
a) Por deudas con empresas del grupo y asociadas.			
b) Por deudas con terceros.	-951,67		
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.	-2.044,65	-171,87	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)	-2.517,55	-20,21	151,66
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	-2.165.867,00	-2.165.867,00	-2.223.683,00
17. IMPUESTOS SOBRE BENEFICIOS.			
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+17)	-2.165.867,00	-2.165.867,00	-2.223.683,00
B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS			
18. RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES INTERRUMPIDAS NETO DE IMPUESTOS.			
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+18)	-2.165.867,00	-2.165.867,00	-2.223.683,00

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS	2019
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.	SP-7
MEMORIA EXPLICATIVA DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2019 Y DE SU ADAPTACIÓN AL PROGRAMA DE ACTUACIÓN PLURIANUAL (1)	
<p>Para 2019, la actuación de Promotur Turismo Canarias S.A. se estructura a partir del Plan de Marketing Estratégico 2018-2022 desarrollado por la entidad. En este Plan se identifican los siguientes retos a los que se enfrenta el turismo canario desde la perspectiva del marketing estratégico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consolidación del liderazgo turístico internacional alcanzado - Diversificación de mercados - Diversificación de clientes - Diferenciación de la oferta a través de la identidad <p>Para afrontar estos retos a medio plazo, Promotur ha establecido los siguientes objetivos para el año 2019, que representan una continuidad respecto a los establecidos para 2018:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Mantenimiento / recuperación cuota de mercado en mercados clave 2.-Incremento del gasto en destino de los visitantes 3.-Extensión geográfica de la actividad económica derivada del turismo 4.-Extensión de la cadena de valor de la actividad turística 5.-Mejora del impacto de la actividad turística en la cadena de valor global 6.-Disminución concentración de riesgo en mercados de origen tradicionales 7.Disminución de la concentración de riesgo en segmentos vinculados exclusivamente al disfrute de la oferta tradicional de sol y playa 8.-Desintermediación de la actividad turística 9.-Renovación de la imagen de Canarias como conjunto de destinos turísticos maduros en los mercados clave 10.-Potenciación de la identidad del destino como herramienta de diferenciación en la categoría turística del turismo de sol y playa 11.-Potenciación de la implicación de la sociedad canaria y los agentes económicos, turísticos y sociales en la sostenibilidad de la actividad turística <p>A partir de esta identificación de retos, objetivos y líneas de actuación, se planifica un plan de actuación para el año 2019, a formalizar en el documento 'Plan de Acción 2019', actualmente en elaboración, que describe los distintos programas actuación para a ejecutar en ese periodo. Cada uno de los programas se declina en distintas plataformas (en el caso de los Programas de comunicación y comunicación profesional), proyectos y acciones vinculados siempre a uno o varios de los objetivos establecidos para el periodo de referencia. Estos programas son:</p> <p><u>Programa de inteligencia turística y planificación</u></p> <p>El programa de inteligencia turística y planificación contempla, para 2019, el desarrollo de actuaciones dirigidas a integrar el conocimiento actualizado del cliente, de sus motivaciones, necesidades y expectativas, como base para la correcta toma de decisiones, no solo en lo referido estrictamente a la promoción, sino en todo el ámbito turístico. Asimismo, se contempla mejorar el acceso, análisis y gestión de datos referido a la industria turística en su conjunto (demanda, oferta, tendencias, etc.), incluida la realización de estudios y análisis adhoc.</p> <p><u>Programa de branding</u></p> <p>Para 2019, el programa de branding desarrollará actuaciones dirigidas al desarrollo de la identidad digital de la marca turística Islas Canarias en buscadores y RRS en los mercados meta de la marca Islas Canarias.</p> <p><u>Programa de Comunicación</u></p> <p>Para 2019, las plataformas de comunicación previstas son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Vuelve a brillar (turismo de sol y playa plus) 2.-La gran aventura juntos (turismo de sol y playa familiar) 3.-The other map (turismo de sol y playa para segmento "sibaritas modernos") 4.-Saca tus vacaciones del armario (turismo de sol y playa para segmento LGTB) 5.-Y además se come bien (turismo sol y playa plus + gastronomía) 6.-Sí quiero Islas Canarias (turismo de bodas) 7.-Islas a la vista (turismo de cruceros) 8.-Voy de Belingo (turismo interior) 9.-La energía que te espera (turismo de espacios naturales) 10.-Senderos de verdad (turismo de espacios naturales / senderismo) 11.-Open 365 (turismo activo / golf) 12.-Inmersión en alta definición (turismo activo / buceo) 13.-The canary way of surf (turismo activo / deportes de viento y olas) 14.-El mar de los alisos (turismo activo / navegación) 15.-Blue marlin zone (turismo activo / pesca de altura) 16.-Reserva de la atmósfera (turismo activo / deportes en la naturaleza) 17.-Turismo cultural <p>Cada plataforma, a partir de un concepto de comunicación diferenciado, se declina a partir de todo tipo de medios (propios, ganados y pagados), contenidos (audiovisuales, gráficos y redaccionales), acciones de comunicación, patrocinios, eventos y otras tipologías de actuaciones de comunicación.</p> <p>Para 2019, se prevé que las actuaciones principales vinculadas a estas plataformas serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Campaña internacional (mercados clave) para invierno de la plataforma Vuelve a Brillar - Campaña internacional para verano (mercados clave) de la plataforma Vuelve a Brillar - Campañas always on en Google, Facebook, Instagram y Youtube para todas las plataformas - Nuevo site y contenidos plataforma turismo cultural - Actualización y mejora de contenidos en todas las plataformas <p><u>Programa de comunicación profesional</u></p> <p>El programa de comunicación profesional integra todas las actuaciones a desarrollar dirigidas a promover las Islas Canarias como conjunto de destinos turísticos entre el público profesional del sector turístico, tanto local como internacional. Este programa se estructura a través de plataformas de comunicación, a su vez compuestas por medios, contenidos, acciones de comunicación, patrocinios, eventos y otras tipologías de actuaciones de comunicación.</p> <p>Para 2019, las plataformas de comunicación profesional previstas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plataforma de comunicación profesional genérica 	

- Plataforma de turismo MICE
- Plataforma de turismo deportivo

Para 2019, se prevé que las actuaciones principales vinculadas a estas plataformas serán:

- Participación en Fitur, ITB, WTM y otras ferias turísticas
- Potenciación de contenidos especializados, especialmente a través de la web profesional turismodeislascanarias.com
- Potenciación de los sites regresarcomonuevo.com (turismo MICE) y trainingnonstop.com (turismo deportivo)
- Fomento del Club de Marketing Turístico de las Islas Canarias

Programa de conectividad

Para 2019, el programa de conectividad contempla dar continuidad al impulso continuo para mejora de la conectividad aérea de las Islas con sus distintos mercados meta turísticos a través de la gestión de la convocatoria abierta del Fondo de Desarrollo de Vuelos de Canarias, la promoción de las ventajas que ofrecen las islas a las compañías áreas y en general a la industria aeronáutica a través de encuentros profesionales, participación en ferias y foros especializados e interlocución con Aena y el gobierno de España.

Programa de fidelización y prescripción

El programa de fidelización contempla para 2019 el desarrollo de su sistema de gestión de clientes (CRM) orientado a la comunicación directa y personalizada con los turistas antes, durante y después del viaje para promover la repetición y activar su poder de prescripción a amigos, familiares y contactos sociales.

Para 2019, se contemplan las siguientes acciones principales:

- Campaña de captación de leads en destino
- Campaña internacional de captación de leads en origen
- Envío de correos electrónicos personalizados y segmentados por motivaciones e intereses
- Programa de cooperación

Programa de cooperación

El programa de cooperación está dirigido a la gestión de las líneas de colaboración con las distintas entidades de promoción turística de las islas y otras instituciones y organizaciones. Para 2019, el programa contempla como principal línea de actuación la gestión de los Convenios Insulares de Colaboración suscritos con las entidades insulares de promoción turística dependientes de los distintos cabildos insulares. En el marco de estos convenios se desarrollarán acciones conjuntas en aquellos mercados, consolidados o emergentes, de especial interés en cada caso.

Otras acciones serán:

- Acciones de co-branding con turoperadores, grandes grupos de agencias de viajes, compañías aéreas y marcas de alta notoriedad en los mercados meta.
- Patrocinio de eventos de diversas características con trascendencia internacional turística y potencial de proyección exterior de los diferentes destinos insulares.
- Acciones de co-branding con turoperadores, grandes grupos de agencias de viajes, compañías aéreas y marcas de alta notoriedad en los mercados meta.
- Patrocinio de eventos de diversas características con trascendencia internacional turística y potencial de proyección exterior de los diferentes destinos insulares.

Programa de innovación

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

Finalmente, con la actividad promocional prevista en 2019 y la realizada en años anteriores, la sociedad pretende el cumplimiento de los siguientes objetivos e indicadores para el año 2019:

- Mantener nº turistas: 15 millones de turistas
- Detener el descenso de la estancia media: > 9 días
- Aumento del gasto turístico: >140 €/día
- Aumento facturación turística: >18.000 millones
- Fidelización: mantenimiento índice repetición: > 77%
- Diversificación de los mercados de origen: Peso Reino Unido+Alemania<50%
- Incremento de la notoriedad: >3,7
- Mejora de la imagen de las Islas Canarias como destino turístico: >7,1
- Generar interés por Canarias: Visitas a la web Hola Islas Canarias: >8 millones y Seguidores redes sociales 1.250.000
- Desarrollo de un sistema de información turística de Canarias que interese al sector: >50.000 visitas a la web profesional
- Mejora del conocimiento de los turistas (segmentación): nuevos perfiles interesados en la gastronomía y la cultura
- Disponer de un sistema de relación directa con los turistas (CRM): 1.500.000 registros
- Ampliar el nº de aeropuertos que conectan con las Islas Canarias: 155 aeropuertos y 450 rutas directas regulares.
- Aumentar el tráfico regular: 100.000 operaciones regulares.
- Fondo de Desarrollo de Vuelos (FDV): Nuevas rutas adjudicadas: llegar a 27.

Para 2019 se ha incrementado la aportación dineraria para gastos de explotación por importe de 57.816 euros, para hacer frente al incremento de gastos de personal para el ejercicio 2019. Desde el año 2016 los gastos de personal han experimentado las siguientes subidas por el incremento salarial y de seguridad social al amparo de las distintas leyes presupuestarias, sin que se hubiera actualizado su importe (Año 2016: 17.548,80 euros, Año 2017: 18.125,71 euros, Año 2018: 38.398,92 euros y Año 2019: 57.816 euros).

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS	2019
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.	SP-8
MEMORIA EXPLICATIVA DE EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2017 Y EXPLICACIÓN DE LAS PRINCIPALES DESVIACIONES (1)	
<p>Este análisis se ha realizado comparando los datos reales del ejercicio 2017, con los datos contenidos en el PAIF 2017</p> <p>DESVIACIONES ECONÓMICAS DE LAS CUENTAS PATRIMONIALES:</p> <p>ACTIVO:</p> <p>1.- <u>Inmovilizado</u>: El incremento de inmovilizado intangible es debido básicamente a la aplicación informática que implanta el procedimiento de gestión de proyectos de Promotur, incluido en la Intranet de la empresa, entrando en funcionamiento en 2017 la segunda fase de esta aplicación. El incremento de inmovilizado material es básicamente por la compra de una nueva UPS y dos ordenadores y el aumento del inmovilizado material en curso es principalmente por el cambio de toda la instalación de aire acondicionado de la oficina de Tenerife.</p> <p>2.- <u>Inversiones Financieras a Largo Plazo</u>: La disminución de Inversiones Financieras a Largo Plazo es debido a que la cantidad consignada en el Juzgado de lo Social por un litigio con una empleada fue aplicada a su finalidad.</p> <p>3.- <u>Deudores</u>: El mayor importe en Deudores es debido fundamentalmente al epígrafe de Administraciones Públicas, por subvenciones del ejercicio pendientes de cobro por parte del Tesoro Canario.</p> <p>4.- <u>Periodificaciones a corto plazo</u>: El mayor importe de esta cuenta se debe a que llegaron más facturas de las previstas correspondientes a las ferias del ejercicio siguiente.</p> <p>5.- <u>Tesorería</u>: Hay mayor tesorería por las aportaciones dinerarias cobradas en diciembre, disminuyendo el saldo en los meses siguientes con los pagos a proveedores.</p> <p>PASIVO:</p> <p>1.- <u>Deudas a corto plazo</u>: El mayor importe en Deudas con entidades de crédito es debido a los pagos realizados en diciembre con la tarjeta visa de la empresa, que se cargan en banco al mes siguiente. El mayor importe de Otros Pasivos Financieros es debido a los proveedores de inmovilizado de final de ejercicio pendientes de pago.</p> <p>2.- <u>Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar</u>: El mayor importe contabilizado en este epígrafe es debido fundamentalmente a los acreedores de final de ejercicio.</p> <p>3.- <u>Periodificaciones a corto plazo</u>: Son facturas emitidas en diciembre pero cuyo devengo se produce en 2018.</p> <p>DESVIACIONES ECONÓMICAS DE LAS CUENTAS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS:</p> <p>GASTOS:</p> <p>1.- <u>Aprovisionamientos</u>: El menor importe contabilizado en este epígrafe se debe básicamente a que la aportación dineraria para el desarrollo de la promoción turística no se pudo ejecutar en su totalidad, quedando un pequeño importe pendiente de ejecución.</p> <p>2.- <u>Gastos de Personal</u>: El gasto de Sueldos y Salarios y Seguridad Social es inferior al previsto en el PAIF debido a dos trabajadores temporales que se contrataron el 1 de noviembre, para la ejecución de la encomienda recibida el 19 de septiembre para el sistema de información turística sobre perfiles de turistas, y no desde principio de año como estaba previsto. Por otro lado, también se produce una reducción por un trabajador fijo que estuvo 4 meses de excedencia y por algunas bajas temporales por IT durante el año.</p> <p>3.- <u>Otros gastos de explotación</u>: Es ligeramente superior al previsto por gastos de reformas en la oficina de Tenerife.</p> <p>INGRESOS:</p> <p>1.- <u>Prestaciones de servicios</u>: El menor importe en este epígrafe es debido a un ajuste en la anualidad de 2017 de la encomienda para "La fase de inicio y puesta en marcha de un sistema de información turística sobre los diferentes perfiles de turistas que visitan las Islas Canarias". Dado que esta encomienda fue recibida el 19 de septiembre de 2017, la anualidad prevista para el año completo de 50.000,00 euros se redujo a 12.500,00 euros.</p> <p>2.- <u>Ingresos accesorios y otros de gestión corriente</u>: Estos ingresos se devengan por la facturación realizada a los profesionales del sector turístico en las ferias turísticas a las que asistimos y fue superior a lo previsto.</p> <p>3.- <u>Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio</u>: El menor importe en el epígrafe de subvenciones se debe a que la aportación dineraria para el desarrollo de la promoción turística, por 8.407.361,00 euros, se ejecutó prácticamente en su totalidad, quedando un importe de 365.033,24 euros que no se pudo ejecutar, por lo que se restó de la partida de Subvenciones de explotación y se reintegró en 2018. Por otro lado, también hay un menor importe registrado en la aportación dineraria para el fomento de la conectividad aérea del previsto en el PAIF, por un recorte de 250.000,00 euros a través de una enmienda parlamentaria del presupuesto.</p>	

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS	2019
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.	SP-9
MEMORIA EXPLICATIVA DE LA EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2018 (1)	
<p>En 2018, la actuación de Promotur Turismo Canarias S.A. se estructura a partir del Plan de Marketing Estratégico 2018-2022 desarrollado por la entidad. En este Plan se identifican los siguientes retos a los que se enfrenta el turismo canario desde la perspectiva del marketing estratégico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consolidación del liderazgo turístico internacional alcanzado - Diversificación de mercados - Diversificación de clientes - Diferenciación de la oferta a través de la identidad <p>Para afrontar estos retos a medio plazo, Promotur ha establecido los siguientes objetivos para el año 2018:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Mantenimiento / recuperación cuota de mercado en mercados clave 2.- Incremento del gasto en destino de los visitantes 3.- Extensión geográfica de la actividad económica derivada del turismo 4.- Extensión de la cadena de valor de la actividad turística 5.- Mejora del impacto de la actividad turística en la cadena de valor global 6.- Disminución concentración de riesgo en mercados de origen tradicionales 7.- Disminución de la concentración de riesgo en segmentos vinculados exclusivamente al disfrute de la oferta tradicional de sol y playa 8.- Desintermediación de la actividad turística 9.- Renovación de la imagen de Canarias como conjunto de destinos turísticos maduros en los mercados clave 10.- Potenciación de la identidad del destino como herramienta de diferenciación en la categoría turística del turismo de sol y playa 11.- Potenciación de la implicación de la sociedad canaria y los agentes económicos, turísticos y sociales en la sostenibilidad de la actividad turística <p>A partir de esta identificación de retos, objetivos y líneas de actuación, se planificó un plan de actuación para el año 2018, formalizado en el documento 'Plan de Acción 2018', que describe los distintos programas de actuación para a ejecutar en este periodo. Cada uno de los programas se ha declinado en distintas plataformas (en el caso del Programa de comunicación y comunicación profesional), proyectos y acciones vinculados siempre a uno o varios de los objetivos establecidos para el periodo de referencia. Estos programas son:</p> <p><u>Programa de inteligencia turística y planificación</u></p> <p>El programa de inteligencia turística y planificación contempla, para 2018, el desarrollo de actuaciones dirigidas a integrar el conocimiento actualizado del cliente, de sus motivaciones, necesidades y expectativas, como base para la correcta toma de decisiones, no solo en lo referido estrictamente a la promoción, sino en todo el ámbito turístico. Asimismo, se contempla mejorar el acceso, análisis y gestión de datos referido a la industria turística en su conjunto (demanda, oferta, tendencias, etc.), incluida la realización de estudios y análisis adhoc.</p> <p>Las principales actuaciones en desarrollo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestión estratégica y creativa de la marca Islas Canarias - Seguimiento de reservas en principales mercados meta - Sistema de información turístico <p><u>Programa de branding</u></p> <p>Para 2018, el programa de branding desarrollará actuaciones dirigidas al desarrollo de la identidad digital de la marca turística Islas Canarias en buscadores y RRSS en los mercados meta de la marca Islas Canarias.</p> <p><u>Programa de Comunicación</u></p> <p>En 2018, las plataformas de comunicación activas son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Vuelve a brillar (turismo de sol y playa plus) 2.- La gran aventura juntos (turismo de sol y playa familiar) 3.- The other map (turismo de sol y playa para segmento "sibaritas modernos") 4.- Saca tus vacaciones del armario (turismo de sol y playa para segmento LGTB) 5.- Y además se come bien (turismo sol y playa plus + gastronomía) 6.- Sí quiero Islas Canarias (turismo de bodas) 7.- Islas a la vista (turismo de cruceros) 8.- Voy de Belingo (turismo interior) 9.- La energía que te espera (turismo de espacios naturales) 10.- Senderos de verdad (turismo de espacios naturales / senderismo) 11.- Open 365 (turismo activo / golf) 12.- Inmersión en alta definición (turismo activo / buceo) 13.- The canary way of surf (turismo activo / deportes de viento y olas) 14.- El mar de los alisios (turismo activo / navegación) 15.- Blue marlin zone (turismo activo / pesca de altura) <p>16.- Reserva de la atmósfera (turismo activo / deportes en la naturaleza)</p> <p>17 - Turismo cultural</p>	

4.7. Turismo cultural

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

En 2018, las principales actuaciones desarrolladas hasta el momento son:

- CAMPAÑA HOLA VERANO 2018
- CAMPAÑA INTERNACIONAL INVIERNO 2018 JUEGOS OLÍMPICOS DE INVIERNO
- ACCIÓN DÍA DE LA FELICIDAD
- CAMPAÑA TURISMO FAMILIAR
- ACCIÓN ESTRENO STAR WARS
- CAMPAÑA NATURALEZA 2018
- ACCIÓN DÍA DE LA TIERRA

Programa de comunicación profesional

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

En 2018, las plataformas de comunicación profesional activas son:

- Plataforma de comunicación profesional genérica
- Plataforma de turismo MICE
- Plataforma de turismo deportivo

En 2018, las principales actuaciones desarrolladas hasta el momento son:

- Participación en Fitur
- Participación en ITB

Programa de conectividad

En 2018, el programa de conectividad contempla dar continuidad al impulso continuo para mejora de la conectividad aérea de las Islas con sus distintos mercados meta turísticos a través de la gestión de la convocatoria abierta del Fondo de Desarrollo de Vuelos de Canarias, la promoción de las ventajas que ofrecen las islas a las compañías aéreas y en general a la industria aeronáutica a través de encuentros profesionales, participación en ferias y foros especializados, interlocución con Aena y el gobierno de España y monitorización de la actividad aérea internacional.

Programa de fidelización y prescripción

El programa de fidelización contempla para 2018 el desarrollo de su sistema de gestión de clientes (CRM) orientado a la comunicación directa y personalizada con los turistas antes, durante y después del viaje para promover la repetición y activar su poder de prescripción a amigos, familiares y contactos sociales.

En 2018, las principales actuaciones en desarrollo son:

- Actualización programación herramienta de gestión de clientes
- Campaña de captación de leads vuelvegratis.com

Programa de cooperación

El programa de cooperación está dirigido a la gestión de las líneas de colaboración con las distintas entidades de promoción turística de las islas y otras instituciones y organizaciones. En 2018, el programa contempla como principal línea de actuación la gestión de los Convenios Insulares de Colaboración suscritos con las entidades insulares de promoción turística dependientes de los distintos cabildos insulares. En el marco de estos convenios se desarrollarán acciones conjuntas en aquellos mercados, consolidados o emergentes, de especial interés en cada caso.

Otras acciones son:

- Acciones de co-branding con turoperadores, grandes grupos de agencias de viajes, compañías aéreas y marcas de alta notoriedad en los mercados meta.
- Patrocinio de eventos de diversas características con trascendencia internacional turística y potencial de proyección exterior de los diferentes destinos insulares.

Programa de innovación

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

(1) INSTRUCCIONES

En esta ficha se realizarán un avance de la ejecución de las actuaciones previstas en el Presupuesto para 2018. La extensión máxima será de dos páginas.

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS					2019
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	40.434,00	16	09	432H	156G0072
Sistema de Información Turística sobre perfiles de turistas	50.000,00	16	09	432H	156G0072
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					IMPORTE
* 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 2018, 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.

