

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2018
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP- 1
ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO EN EL EJERCICIO			
	REAL 2016	ESTIMACIÓN 2017	PREVISIÓN 2018
A) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN			
1. Resultado del ejercicio antes de impuestos.	-2.165.867,00	-2.165.867,00	-2.165.867,00
2. Ajustes del resultado.	27.369,25	36.827,19	41.934,92
a) Amortización del inmovilizado (+).	58.131,56	65.513,85	71.122,12
b) Correcciones valorativas por deterioro (+/-).			
c) Variación de provisiones (+/-).			
d) Imputación de subvenciones (-).	-30.069,22	-29.180,40	-28.729,27
e) Resultados por bajas y enajenaciones del inmovilizado (+/-).			
f) Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros (+/-).			
g) Ingresos financieros (-).	-693,09	-457,93	-457,93
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.	82.486,24	-669.948,53	0,00
a) Existencias (+/-).			
b) Deudores y otras cuentas a cobrar (+/-).	-741.828,58	-748.990,30	
c) Otros activos corrientes (+/-).	-269.718,96	91.615,23	
d) Acreedores y otras cuentas a pagar (+/-).	1.085.364,46	-12.573,46	
e) Otros pasivos corrientes (+/-).	8.669,32		
f) Otros activos y pasivos no corrientes (-/+).			
4. Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación.	693,09	-493,74	457,93
a) Pagos de intereses (-).		-951,67	
b) Cobros de dividendos (+).			
c) Cobros de intereses (+).	693,09	457,93	457,93
d) Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios (+/-).			
e) Otros pagos (cobros) (-/+).			
5. Flujos de efectivo de las actividades de explotación (+/-1 +/-2 +/-3 +/-4).	-2.055.318,42	-2.799.482,08	-2.123.474,15
B) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN			
6. Pagos por inversiones (-).	-29.573,20	-37.583,53	-63.812,00
a) Empresas del grupo y asociadas.			
b) Inmovilizado intangible.	-20.248,68	-13.969,36	-50.000,00
c) Inmovilizado material.	-9.324,52	-23.614,17	-13.812,00
d) Inversiones inmobiliarias.			
e) Otros activos financieros.			
f) Activos no corrientes mantenidos para venta.			
g) Otros activos.			
7. Cobros por desinversiones (+).	126.884,72	20.671,31	0,00
a) Empresas del grupo y asociadas.			
b) Inmovilizado intangible.			
c) Inmovilizado material.			
d) Inversiones inmobiliarias.			
e) Otros activos financieros.	126.884,72	20.671,31	
f) Activos no corrientes mantenidos para venta.			
g) Otros activos.			
8. Flujos de efectivo de las actividades de inversión (7-6)	97.311,52	-16.912,22	-63.812,00
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	2.165.867,00
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	2.165.867,00
10. Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero.	16.159,38	-20.248,68	0,00
a) Emisión	16.159,38	-20.248,68	0,00
1. Obligaciones y otros valores negociables (+).			
2. Deudas con entidades de crédito (+).	3.175,70		
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (+).			
4. Otras deudas (+).	12.983,68	-20.248,68	
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 (-).			
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).	2.182.026,38	2.145.618,32	2.165.867,00
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.	646.771,67	870.791,15	200.015,17
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio.	870.791,15	200.015,17	178.596,02

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2018
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP-2
BALANCE DE SITUACIÓN AL CIERRE DEL EJERCICIO			
	REAL 2016	ESTIMACIÓN 2017	PREVISIÓN 2018
A) ACTIVO NO CORRIENTE	463.959,76	436.029,44	428.719,32
I. INMOVILIZADO INTANGIBLE.	23.913,43	27.831,39	63.150,81
1. Investigación.			
2. Desarrollo.			
3. Concesiones.			
4. Patentes, licencias, marcas y similares.		0,00	0,00
5. Fondo de comercio.			
6. Aplicaciones informáticas.	23.913,43	27.831,39	63.150,81
7. Otro inmovilizado intangible.			
II. INMOVILIZADO MATERIAL.	434.046,33	402.198,05	359.568,51
1. Terrenos y construcciones.	344.980,86	327.396,91	309.812,96
2. Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material.	89.065,47	74.801,14	49.755,55
3. Inmovilizado en curso y anticipos.			
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	5.614.853,62	5.580.781,40	5.559.362,25
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.	3.805.002,18	4.553.992,48	4.553.992,48
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios.			
2. Clientes, empresas del grupo y asociadas.	12.349,71		
3. Deudores varios.	110.213,96	62.068,48	62.068,48
4. Personal.			
5. Activos por impuesto corriente.			
6. Otros créditos con las Administraciones Públicas.	3.682.438,51	4.491.924,00	4.491.924,00
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.	20.671,31	0,00	0,00
1. Instrumentos de patrimonio			
2. Créditos a terceros			
3. Valores representativos de deuda			
4. Derivados			
5. Otras activos financieros	20.671,31		
VI. PERIODIFICACIONES A CORTO PLAZO	918.388,98	826.773,75	826.773,75
VII. EFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LÍQUIDOS EQUIVALENTES.	870.791,15	200.015,17	178.596,02
1. Tesorería.	870.791,15	200.015,17	178.596,02
2. Otros activos líquidos equivalentes.			
TOTAL ACTIVO (A + B)	6.078.813,38	6.016.810,84	5.988.081,57

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2018
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP- 3
BALANCE DE SITUACIÓN AL CIERRE DEL EJERCICIO			
	REAL 2016	ESTIMACIÓN 2017	PREVISIÓN 2018
A) PATRIMONIO NETO	875.791,96	853.906,66	832.933,96
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	2.165.867,00
VII. Resultado del ejercicio.	-2.165.867,00	-2.165.867,00	-2.165.867,00
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.	275.791,96	253.906,66	232.933,96
B) PASIVO NO CORRIENTE	91.930,65	84.635,55	76.878,98
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.	91.930,65	84.635,55	76.878,98
V. PERIODIFICACIONES A LARGO PLAZO			
VI. ACREEDORES COMERCIALES NO CORRIENTES			
C) PASIVO CORRIENTE	5.111.090,77	5.078.268,63	5.078.268,63
I. PASIVOS VINCULADOS CON ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA.			
II. PROVISIONES A CORTO PLAZO.			
III. DEUDAS A CORTO PLAZO.	28.318,64	8.069,96	8.069,96
1. Obligaciones y otros valores negociables.			
2. Deudas con entidades de crédito.	8.069,96	8.069,96	8.069,96
3. Acreedores por arrendamiento financiero.			
4. Derivados.			
5. Otros pasivos financieros.	20.248,68	0,00	0,00
IV. DEUDAS CON EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A CORTO PLAZO.			
V. ACREEDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A PAGAR.	5.033.239,40	5.020.665,94	5.020.665,94
1. Proveedores.			
2. Proveedores, empresas del grupo y asociadas.			
3. Acreedores varios.	4.215.681,18	4.215.681,18	4.215.681,18
4. Personal (remuneraciones pendientes de pago).	93.315,46	80.742,00	80.742,00
5. Pasivos por impuesto corriente.			
6. Otras deudas con las Administraciones Públicas.	724.242,76	724.242,76	724.242,76
7. Anticipos de clientes.			
VI. PERIODIFICACIONES A CORTO PLAZO.	49.532,73	49.532,73	49.532,73
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)	6.078.813,38	6.016.810,84	5.988.081,57

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2018
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP- 4
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO			
	REAL 2016	ESTIMACIÓN 2017	PREVISIÓN 2018
A) OPERACIONES CONTINUADAS			
1. IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS.	40.434,00	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.	40.434,00	90.434,00	90.434,00
b.1) Al sector público	40.434,00	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.	-17.009.555,66	-18.951.222,24	-19.096.845,93
a) Consumo de mercaderías.			
b) Consumo de materias primas y otras materias consumibles.			
c) Trabajos realizados por otras empresas.	-17.009.555,66	-18.951.222,24	-19.096.845,93
d) Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos.			
5. OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	16.941.194,77	19.057.454,37	19.220.224,37
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente.	376.314,90	362.863,37	362.863,37
b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio.	16.564.879,87	18.694.591,00	18.857.361,00
b.1) Estado			
b.2) Comunidad Autónoma	16.564.879,87	18.694.591,00	18.857.361,00
b.3) Corporaciones Locales			
b.4) Otros Entes			
b.5) Imputación de subvenciones de explotación de ejercicios anteriores			
6. GASTOS DE PERSONAL	-1.842.732,92	-1.990.859,78	-2.008.490,60
a) Sueldos, salarios y asimilados.	-1.408.435,55	-1.514.139,41	-1.528.121,04
b) Cargas sociales.	-434.297,37	-476.720,37	-480.369,56
c) Provisiones.			
7. OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN.	-288.487,92	-341.172,06	-329.253,92
a) Servicios exteriores.	-279.132,45	-332.719,95	-320.801,81
b) Tributos.	-9.355,47	-8.452,11	-8.452,11
c) Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales.			
d) Otros gastos de gestión corriente.			
8. AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO.	-58.131,56	-65.513,85	-71.122,12
9. IMPUTACIÓN DE SUBVENCIONES DE INMOVILIZADO NO FINANCIERO Y OTRAS.	30.069,22	29.180,40	28.729,27
10. EXCESO DE PROVISIONES.			
11. DETERIORO Y RESULTADO POR ENAJENACIONES DEL INMOVILIZADO.	20.546,10	8.287,75	0,00
a) Deterioros y pérdidas.			
b) Resultados por enajenaciones y otras.	20.546,10	8.287,75	
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)	-2.166.663,97	-2.163.411,41	-2.166.324,93
12. INGRESOS FINANCIEROS.	693,09	457,93	457,93
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	693,09	457,93	457,93
b1) De empresas del grupo y asociadas.			
b2) De terceros.	693,09	457,93	457,93
13. GASTOS FINANCIEROS.	0,00	-951,67	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.	103,88	-1.961,85	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)	796,97	-2.455,59	457,93
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	-2.165.867,00	-2.165.867,00	-2.165.867,00
17. IMPUESTOS SOBRE BENEFICIOS.			
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+17)	-2.165.867,00	-2.165.867,00	-2.165.867,00
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	-2.165.867,00

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS	2018
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.	SP-7
MEMORIA EXPLICATIVA DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2018 Y DE SU ADAPTACIÓN AL PROGRAMA DE ACTUACIÓN PLURIANUAL (1)	

Para 2018, la actuación de Promotur Turismo de Canarias se estructura a partir del nuevo Plan de Marketing Estratégico 2018-2021 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 y los objetivos a alcanzar para dar respuesta a esos retos.

Retos: Consolidación del liderazgo turístico internacional alcanzado, Diversificación de mercados, Diversificación de clientes y Diferenciación de la oferta a través de la identidad.

Objetivos:

Mantenimiento / recuperación cuota de mercado en mercados clave
Incremento del gasto en destino de los visitantes
Extensión geográfica de la actividad económica derivada del turismo
Extensión de la cadena de valor de la actividad turística
Mejora del impacto de la actividad turística en la cadena de valor global
Disminución concentración de riesgo en mercados de origen tradicionales
Disminución de la concentración de riesgo en segmentos vinculados exclusivamente al disfrute de la oferta tradicional de sol y playa
Desintermediación de la actividad turística
Renovación de la imagen de Canarias como conjunto de destinos turísticos maduros en los mercados clave
Potenciación de la identidad del destino como herramienta de diferenciación en la categoría turística del turismo de sol y playa
Potenciación de la implicación de la sociedad canaria y los agentes económicos, turísticos y sociales en la sostenibilidad de la actividad turística

A partir de esta identificación de retos y objetivos, se planifica un plan de actuación para 2018, que se recoge en el Plan de Marketing de la marca Islas Canarias 2018 y en el Plan de Comunicación de TURISMO DE CANARIAS 2018. Dicho plan de actuación incluye las siguientes acciones con carácter principal (junto a otras de carácter complementario):

Campañas de verano e invierno en mercados clave. Realizar una campaña publicitaria (verano e invierno) en los principales mercados de origen de turismo canario: Península, Reino Unido, Irlanda, Francia, Italia, Alemania, Bélgica, Holanda, Noruega y Suecia con el fin de mantener o, en el caso de España, Francia e Italia, incrementar la cuota de mercado.

Participación en ferias turísticas de carácter generalista en mercados clave. Consolidar la posición competitiva de Canarias en sus mercados clave a través de una presencia destacada en las principales ferias turísticas de Península, Reino Unido, Irlanda, Francia, Italia, Alemania, Bélgica, Holanda, Noruega y Suecia, con especial atención a las ferias de FITUR, ITB y WTM.

Desarrollo de la identidad digital de la marca turística Islas Canarias y de sus destinos insulares. Consolidar la posición competitiva de Canarias en sus mercados clave a través de una identidad digital potente en buscadores y RRSS.

Prospección de nuevas oportunidades de conectividad aérea con nuevos mercados emergentes. Incrementar la diversidad de ciudades conectadas con Canarias mediante línea área regular, especialmente en aquellos mercados con potencial de incorporarse a la relación de mercados meta del turismo canario (incluidos aquellos en situación de prospección: China, EEUU, Canadá, Israel y África Occidental).

Mantenimientos de programas específicos de promoción en Polonia, Hungría y Rumanía. Consolidar la imagen de la marca Islas Canarias en Polonia y Hungría, nuevos mercados meta desde 2015 (Polonia), 2016 (Hungría) y Rumanía (2017).

Desarrollo de la identidad digital de la marca turística Islas Canarias y de sus destinos insulares en el resto de mercados meta de la marca Islas Canarias (además de mercados clave y Polonia

y Hungría). Consolidar la posición competitiva de Canarias en la totalidad de sus mercados clave a través de una identidad digital potente en buscadores y redes sociales.

Puesta en marcha y/o mantenimiento de plataformas de comunicación dirigidas específicamente a tipologías de clientes con potencial de crecimiento. Diversificar la tipología de turistas que visitan las islas a través de una promoción orientada a las motivaciones y necesidades de clientes distintas de las de sol y playa tradicionales: sibaritas modernos y clubes, asociaciones deportivas y deportistas, además de aquellas dirigidas a turistas motivados por la naturaleza, el turismo activo, el turismo LGTB, de bodas y MICE.

Incorporación destacada de la denominada oferta complementaria a la promoción de la marca turística. Fomentar el consumo, por parte del turista, de actividades (visitas, gastronomía, cultura, compras, etc.) distintas de las tradicional y exclusivamente vinculadas al turismo de sol y playa a través del concepto Sol y Playa Plus para potenciar su diferenciación y su conexión con las motivaciones del turista contemporáneo.

Incorporación destacada de la denominada oferta complementaria a la promoción de la marca turística. Fomentar el consumo, por parte del turista, de actividades (visitas, cultura, compras, etc.) distintas de las tradicional y exclusivamente vinculadas al turismo de sol y playa a través del concepto Sol y Playa Plus y de aquellas otras vinculadas a motivaciones específicas distintas de las del turista de sol y playa: naturaleza, deporte, etc.

Potenciación de las plataformas de comunicación de turismo gastronómico y turismo cultural. Fomentar el consumo, por parte del turista, de experiencias vinculadas a la gastronomía y la cultura canarias.

Incorporación destacada de la denominada oferta complementaria sita en localidades no específicamente turísticas a la promoción de la marca turística Islas Canarias. Fomentar el consumo turístico de la oferta complementaria sita en localidades de las Islas no específicamente turísticas.

Emisión de una campaña de comunicación dirigida a los residentes canarios. Sensibilizar a la población canaria de la importancia de la sostenibilidad del turismo y fomentar su cooperación en la promoción de las Islas.

Finalmente, con la actividad promocional prevista en 2018 y la realizada en años anteriores, la sociedad pretende el cumplimiento de los siguientes objetivos e indicadores para el año 2018:

- Aumentar/mantener nº turistas: 15 millones de turistas
- Detener el descenso de la estancia media: > 9 días
- Aumento del gasto turístico: >130 €/día
- Aumento facturación turística: >16.000 millones
- Fidelización: mantenimiento índice repetición: > 77%
- Diversificación de los mercados de origen: Peso Reino Unido+Alemania<52%
- 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 5 millones y Seguidores redes sociales 1 millón
- Desarrollo de un sistema de información turística de Canarias que interese al sector: >120.000 visitas a la web profesional
- Mejora del conocimiento de los turistas (segmentación): nuevos perfiles naturaleza
- Disponer de un sistema de relación directa con los turistas (CRM): 700.000 registros
- Ampliar el nº de aeropuertos que conectan con las Islas Canarias: 150 aeropuertos y 420 rutas directas regulares.
- Aumentar el tráfico regular: 90.000 operaciones regulares.

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS	2018
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.	SP-8
MEMORIA EXPLICATIVA DE EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2016 Y EXPLICACIÓN DE LAS PRINCIPALES DESVIACIONES (1)	
<p>Este análisis se ha realizado comparando los datos reales del ejercicio 2016, con los datos contenidos en el PAIF 2016</p> <p>DESVIACIONES ECONÓMICAS DE LAS CUENTAS PATRIMONIALES:</p> <p>ACTIVO:</p> <p>1.- <u>Inmovilizado Intangible</u>: El incremento de inmovilizado intangible es debido básicamente a una aplicación informática que implanta el procedimiento de gestión de proyectos de Promotur, incluido en la Intranet de la empresa.</p> <p>2.- <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>3.- <u>Inversiones Financieras a Corto Plazo</u>: El aumento en esta partida es debido a la cantidad consignada en el Juzgado de lo Social por un litigio con una empleada. Esta cantidad fue abonada a dicha empleada en 2017.</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 una menor tesorería por las aportaciones dinerarias pendientes de cobro.</p> <p>PASIVO:</p> <p>1.- <u>Deudas a corto plazo</u>: El mayor importe que figura en 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 2017.</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 la menor financiación recibida respecto a la prevista.</p> <p>2.- <u>Gastos de Personal</u>: El gasto de Sueldos y Salarios es inferior al previsto en el PAIF debido a dos bajas maternales producidas durante el año y al menor salario de los dos trabajadores temporales con respecto a los trabajadores fijos a los que sustituyen. En cuanto al mayor gasto en Seguridad Social, la diferencia se explica principalmente por los gastos de seguridad social abonados en relación a la demanda de una trabajadora, pues se tuvo en cuenta el gasto en concepto de nómina en la provisión anual dotada, en función de la sentencia, pero no los de seguridad social. Como resultado de lo anterior, los Gastos de Personal fueron inferiores a los previstos.</p> <p>3.- <u>Otros gastos de explotación</u>: El menor importe registrado se debe al ahorro en diversos costes.</p> <p>INGRESOS:</p> <p>1.- <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>2.- <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, prevista en el PAIF por 8.407.361,00 euros, sufrió recortes al inicio del ejercicio, quedándose finalmente en 7.467.361,00 euros. De esta aportación, se ejecutó prácticamente en su totalidad, quedando un importe de 2.481,13 euros que no se pudo ejecutar, por lo que se restó de la partida de Subvenciones de explotación y se reintegró en 2017. Por otro lado, Promotur recibió una aportación dineraria para el Plan de dinamización de El Hierro el 30 de diciembre de 2016 por importe de 100.000,00 euros que no estaba prevista en el PAIF.</p> <p>3.- <u>Otros resultados</u>: Se contabiliza un ingreso excepcional por la anulación de una acción promocional con un turoperador del ejercicio 2015 que no se justificó adecuadamente.</p>	

MEMORIA EXPLICATIVA DE LA EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2017 (1)

El cumplimiento del plan de marketing de la marca turística Islas Canarias de 2017, se ejecuta en torno a cuatro líneas de actuación principales: Investigación, Promoción segmentada, Comunicación personalizada y Mejora de la conectividad.

Estas 4 líneas de actuación están orientadas a dar continuidad, con las correspondientes mejoras, a la actividad promocional desarrollada en ejercicios anteriores, en el marco del Plan Estratégico Promocional 2012-2016, prorrogado hasta 2017, con el objetivo de dar cumplimiento a los siguientes objetivos específicos:

- Incremento del número de turistas
- Detención del descenso de la estancia media
- Aumento del gasto turístico
- Aumento facturación turística
- Fidelización: mantenimiento índice repetición
- Diversificación de los mercados de origen
- Incremento de la notoriedad de la marca Islas Canarias
- Mejora de la imagen de las Islas Canarias como destino turístico
- Mejora de la eficacia promocional: personas impactadas dentro del target
- Desarrollo de un sistema de información turística de Canarias que interese al sector
- Mejora del conocimiento de los turistas (segmentación)
- Mejora de la eficacia de la acción promocional
- Disponer de un sistema de relación directa con los turistas (CRM)
- Ampliar el nº de aeropuertos que conectan con las Islas Canarias y aumentar el tráfico regular (% operaciones regulares)
- Reducción de tarifas aéreas.

Investigación

En el área de Investigación, se desarrollan actuaciones destinadas 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. Para ello se ha participado, en colaboración con el ISTAC, en la actualización de la Encuesta de Gasto Turístico con la finalidad de adaptar su cuestionario, se ha potenciado el seguimiento de reservas de los mercados británico y alemán, se desarrollará un Estudio Internacional de Segmentación del Turista de Naturaleza y se potenciará la divulgación, a través de Internet, de informes y estadísticas elaborados por Promotur Turismo de Canarias.

Promoción segmentada

Se desarrolla una promoción segmentada por mercados y por clientes. En el caso de los mercados, se incluye como nuevo mercado Rumanía, además de Polonia (incluido en 2015) y Hungría (en 2016). Además, se mantiene la actividad promocional en los mercados clave de la marca Islas Canarias: Alemania, Bélgica, España (excepto Canarias), Francia, Holanda, Irlanda, Italia, Noruega, Reino Unido y Suecia. También se mantiene la actividad promocional en Austria, Dinamarca, Finlandia, Portugal, República Checa, Rusia, Suiza y Canarias, todos ellos mercados de atractivo medio. Tienen la consideración de mercados en prospección Israel, EEUU, Canadá, China y África Occidental.

Por su parte, la promoción segmentada por clientes está dirigida específicamente a los siguientes targets objetivo:

Amantes del sol y la playa, Románticos, Exploradores, Hiperactivos acuáticos, Exclusivos y Sibaritas modernos (CATEGORÍA TURISMO DE SOL Y PLAYA)
Exploradores de la naturaleza, Trascendentes y Apasionados del senderismo (CATEGORÍA TURISMO EN ESPACIOS NATURALES)

Apasionados de los deportes en la naturaleza, Apasionados del deportes de viento y olas, Apasionados del submarinismo, Apasionados del golf, Apasionados de la navegación y Apasionados de la pesca de altura (CATEGORÍA TURISMO ACTIVO)

Desinhibidos (CATEGORÍA TURISMO LGTB), Organizadores de convenciones, congresos e incentivos (CATEGORÍA TURISMO MICE), Novios, recién casados y parejas de aniversario (CATEGORÍA BODAS Y LUNAS DE MIEL), Cruceristas en ruta por las Islas (CATEGORÍA TURISMO DE CRUCEROS), Residentes en las Islas (CATEGORÍA TURISMO INTERIOR), Clubes, asociaciones deportivas y deportistas (CATEGORÍA TURISMO DEPORTIVO), Foodies (CATEGORÍA TURISMO GASTRONÓMICO) y Viajeros Culturales (CATEGORÍA TURISMO CULTURAL)

Comunicación personalizada

Se potencia el sistema de Gestión de Clientes (CRM) de la marca turística Islas Canarias con las campañas WIFI GRATIS y VUELVE GRATIS (en destino) y otras, al objeto de identificar un alto número de turistas con los que establecer, posteriormente, una comunicación personalizada a través de correo electrónico, siempre de acuerdo a la legislación de protección de datos de carácter personal. Este sistema permite desarrollar una comunicación personalizada con los turistas actuales y potenciales, permitiendo una mayor eficiencia en costes y, por tanto, una mayor eficiencia promocional.

Mejora de la conectividad

A través del Fondo de Desarrollo de Vuelos de Canarias se ha abierto una convocatoria, de carácter indefinido, para la puesta en marcha de 24 nuevas rutas regulares para conectar las Islas con otros tantos aeropuertos internacionales. Esta convocatoria responde al objetivo de mejorar la conectividad aérea del archipiélago con sus mercados meta. Una iniciativa que, junto al resto de actuaciones de mejora de la conectividad desarrolladas (negociaciones con Aena y el Gobierno de España para el impulso de la competitividad de los aeropuertos canarios, promoción de las ventajas que ofrecen las islas a la industria aeronáutica) ha hecho merecedor a Promotur Turismo de Canarias del galardón a la mejor gestión de Europa en captación de rutas aéreas y desarrollo de estrategias de marketing y comercialización otorgado por la asociación de líneas aéreas internacionales.

(1) INSTRUCCIONES

En esta ficha se realizarán un avance de la ejecución de las actuaciones previstas en el Presupuesto para 2017. La extensión máxima será de dos páginas.

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS					2018
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
Desarrollo de la f. evolutiva del ecosistema promocional on line	40.434,00	16	09	432H	156G0072
Encomienda para realización de estudios turísticos	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					
* 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.

