

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2022
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP- 1
ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO EN EL EJERCICIO			
	REAL 2020	ESTIMACIÓN 2021	PREVISIÓN 2022
A) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN			
1. Resultado del ejercicio antes de impuestos.	-2.223.683,00	-2.267.888,00	-2.327.888,00
2. Ajustes del resultado.	67.669,62	60.667,00	71.677,73
a) Amortización del inmovilizado (+).	115.876,42	130.020,81	143.448,98
b) Correcciones valorativas por deterioro (+/-).			
c) Variación de provisiones (+/-).			
d) Imputación de subvenciones (-).	-116.577,80	-72.549,44	-71.771,25
e) Resultados por bajas y enajenaciones del inmovilizado (+/-).			
f) Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros (+/-).			
g) Ingresos financieros (-).	-84,00	-66,84	
h) Gastos financieros (+).	68.455,00	3.262,47	
i) Diferencias de cambio (+/-).			
j) Variación del valor razonable en instrumentos financieros (+/-).			
k) Otros ingresos y gastos (-/+).			
3. Cambios de capital corriente.	11.262.849,81	-9.644.227,42	9.601,23
a) Existencias (+/-).			
b) Deudores y otras cuentas a cobrar (+/-).	1.063.879,72	-267.306,11	
c) Otros activos corrientes (+/-).	794.210,99	-9.601,23	9.601,23
d) Acreedores y otras cuentas a pagar (+/-).	152.931,93		
e) Otros pasivos corrientes (+/-).	9.251.827,17	-9.367.320,08	0,00
f) Otros activos y pasivos no corrientes (-/+).			
4. Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación.	-68.371,00	-3.195,63	0,00
a) Pagos de intereses (-).	-68.455,00	-3.262,47	
b) Cobros de dividendos (+).			
c) Cobros de intereses (+).	84,00	66,84	
d) Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios (+/-).			
e) Otros pagos (cobros) (-/+).			
5. Flujos de efectivo de las actividades de explotación (+/-1 +/-2 +/-3 +/-4).	9.038.465,43	-11.854.644,05	-2.246.609,04
B) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN			
6. Pagos por inversiones (-).	-53.973,59	-167.410,23	0,00
a) Empresas del grupo y asociadas.			
b) Inmovilizado intangible.		-30.000,00	
c) Inmovilizado material.	-53.973,59	-137.410,23	
d) Inversiones inmobiliarias.			
e) Otros activos financieros.			
f) Activos no corrientes mantenidos para venta.			
g) Otros activos.			
7. Cobros por desinversiones (+).	0,00	686,43	0,00
a) Empresas del grupo y asociadas.			
b) Inmovilizado intangible.			
c) Inmovilizado material.		686,43	
d) Inversiones inmobiliarias.			
e) Otros activos financieros.			
f) Activos no corrientes mantenidos para venta.			
g) Otros activos.			
8. Flujos de efectivo de las actividades de inversión (7-6)	-53.973,59	-166.723,80	0,00
C) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN			
9. Cobros y pagos por instrumentos de patrimonio.	2.314.283,00	2.267.888,00	2.327.888,00
a) Emisión de instrumentos de patrimonio (+).			
b) Amortización de instrumentos de patrimonio (-).			
c) Adquisición de instrumentos de patrimonio propio (-).			
d) Enajenación de instrumentos de patrimonio propio (+).			
e) Subvenciones, donaciones y legados recibidos (+).	90.600,00		
f) Otras aportaciones de socios (+).	2.223.683,00	2.267.888,00	2.327.888,00
10. Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero.	-72.454,74	-5.057,36	0,00
a) Emisión	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 (+).			
b) Devolución y amortización de:	-72.454,74	-5.057,36	0,00
1. Obligaciones y otros valores negociables (-).			
2. Deudas con entidades de crédito (-).	-1.238,11		
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (-).			
4. Otras deudas (-).	-71.216,63	-5.057,36	
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).	2.241.828,26	2.262.830,64	2.327.888,00
D) Efecto de las variaciones de los tipos de cambio (+/-)			
E) AUMENTO/DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (+/-5 +/-8 +/-12 +/-D)			
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio.	2.119.974,05	13.346.294,15	3.587.756,94
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio.	13.346.294,15	3.587.756,94	3.669.035,90

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2022
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP-2
BALANCE DE SITUACIÓN AL CIERRE DEL EJERCICIO			
	REAL 2020	ESTIMACIÓN 2021	PREVISIÓN 2022
A) ACTIVO NO CORRIENTE	472.364,38	509.067,37	365.618,39
I. INMOVILIZADO INTANGIBLE.	41.062,33	45.627,48	15.950,15
1. Investigación.			
2. Desarrollo.			
3. Concesiones.			
4. Patentes, licencias, marcas y similares.			
5. Fondo de comercio.			
6. Aplicaciones informáticas.	41.062,33	45.627,48	15.950,15
7. Otro inmovilizado intangible.			
II. INMOVILIZADO MATERIAL.	422.194,35	454.332,19	340.560,54
1. Terrenos y construcciones.	250.551,21	268.495,53	199.253,50
2. Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material.	171.643,14	185.836,66	141.307,04
3. Inmovilizado en curso y anticipos.		0,00	
III. INVERSIONES INMOBILIARIAS.	0,00	0,00	0,00
1. Terrenos.			
2. Construcciones.			
IV. INVERSIONES EN EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A LARGO PLAZO.	0,00	0,00	0,00
1. Instrumentos de patrimonio			
2. Créditos a empresas			
3. Valores representativos de deuda			
4. Derivados			
5. Otras activos financieros			
V. INVERSIONES FINANCIERAS A LARGO PLAZO.	9.107,70	9.107,70	9.107,70
1. Instrumentos de patrimonio			
2. Créditos a terceros			
3. Valores representativos de deuda			
4. Derivados			
5. Otras activos financieros	9.107,70	9.107,70	9.107,70
VI. Activos por impuesto diferido.			
VII. Deudores comerciales no corrientes			
B) ACTIVO CORRIENTE	13.786.786,75	4.305.156,88	4.376.834,61
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.	121.027,98	388.334,09	388.334,09
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios.			
2. Clientes, empresas del grupo y asociadas.			
3. Deudores varios.	8.534,09	28.334,09	28.334,09
4. Personal.			
5. Activos por impuesto corriente.			
6. Otros créditos con las Administraciones Públicas.	112.493,89	360.000,00	360.000,00
7. Accionistas (socios) por desembolsos exigidos.			
IV. INVERSIONES EN EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A CORTO PLAZO.	0,00	0,00	0,00
1. Instrumentos de patrimonio			
2. Créditos a empresas			
3. Valores representativos de deuda			
4. Derivados			
5. Otras activos financieros			
V. INVERSIONES FINANCIERAS A CORTO PLAZO.	0,00	9.601,23	0,00
1. Instrumentos de patrimonio			
2. Créditos a terceros			
3. Valores representativos de deuda			
4. Derivados			
5. Otras activos financieros		9.601,23	
VI. PERIODIFICACIONES A CORTO PLAZO	319.464,62	319.464,62	319.464,62
VII. EFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LÍQUIDOS EQUIVALENTES.	13.346.294,15	3.587.756,94	3.669.035,90
1. Tesorería.	13.346.294,15	3.587.756,94	3.669.035,90
2. Otros activos líquidos equivalentes.			
TOTAL ACTIVO (A + B)	14.259.151,13	4.814.224,25	4.742.453,00

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2022
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP- 3
BALANCE DE SITUACIÓN AL CIERRE DEL EJERCICIO			
	REAL 2020	ESTIMACIÓN 2021	PREVISIÓN 2022
A) PATRIMONIO NETO	826.849,18	772.437,11	718.608,68
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.	2.223.683,00	2.267.888,00	2.327.888,00
VII. Resultado del ejercicio.	-2.223.683,00	-2.267.888,00	-2.327.888,00
VIII. (Dividendo a cuenta).			
IX. Otros instrumentos de patrimonio neto.			
A-2) AJUSTES POR CAMBIOS DE VALOR.	0,00	0,00	0,00
I. Instrumentos financieros disponibles para la venta.			
II. Operaciones de cobertura.			
III. Otros.			
A-3) SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS.	226.849,18	172.437,11	118.608,68
B) PASIVO NO CORRIENTE	75.664,38	57.527,01	39.584,19
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.	75.664,38	57.527,01	39.584,19
V. PERIODIFICACIONES A LARGO PLAZO			
VI. ACREEDORES COMERCIALES NO CORRIENTES			
C) PASIVO CORRIENTE	13.356.637,57	3.984.260,13	3.984.260,13
I. PASIVOS VINCULADOS CON ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA.			
II. PROVISIONES A CORTO PLAZO.			
III. DEUDAS A CORTO PLAZO.	5.126,24	68,88	68,88
1. Obligaciones y otros valores negociables.			
2. Deudas con entidades de crédito.	68,88	68,88	68,88
3. Acreedores por arrendamiento financiero.			
4. Derivados.			
5. Otros pasivos financieros.	5.057,36		
IV. DEUDAS CON EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A CORTO PLAZO.			
V. ACREEDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A PAGAR.	3.984.191,25	3.984.191,25	3.984.191,25
1. Proveedores.			
2. Proveedores, empresas del grupo y asociadas.			
3. Acreedores varios.	3.282.474,05	3.282.474,05	3.282.474,05
4. Personal (remuneraciones pendientes de pago).	164.138,93	164.138,93	164.138,93
5. Pasivos por impuesto corriente.			
6. Otras deudas con las Administraciones Públicas.	537.578,27	537.578,27	537.578,27
7. Anticipos de clientes.			
VI. PERIODIFICACIONES A CORTO PLAZO.	9.367.320,08	0,00	0,00
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)	14.259.151,13	4.814.224,25	4.742.453,00

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2022
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP- 4
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO			
	REAL 2020	ESTIMACIÓN 2021	PREVISIÓN 2022
A) OPERACIONES CONTINUADAS			
1. IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS.	120.434,00	120.434,00	130.000,00
a) Ventas.	0,00	0,00	0,00
a.1) Al sector público			
a.2) Al sector privado			
b) Prestaciones de servicios.	120.434,00	120.434,00	130.000,00
b.1) Al sector público	120.434,00	120.434,00	130.000,00
b.2) Al sector privado			
2. VARIACIÓN DE EXISTENCIAS DE PRODUCTOS TERMINADOS Y EN CURSO DE FABRICACIÓN.			
3. TRABAJOS REALIZADOS POR LA EMPRESA PARA SU ACTIVO.			
4. APROVISIONAMIENTOS.	-18.444.592,17	-43.599.343,46	-18.457.495,35
a) Consumo de mercaderías.			
b) Consumo de materias primas y otras materias consumibles.			
c) Trabajos realizados por otras empresas.	-18.444.592,17	-43.599.343,46	-18.457.495,35
d) Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos.			
5. OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	18.625.300,39	44.403.178,29	19.204.798,15
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente.	144.798,15	44.497,21	444.798,15
b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio.	18.480.502,24	44.358.681,08	18.760.000,00
b.1) Estado			
b.2) Comunidad Autónoma	18.480.502,24	34.991.361,00	18.760.000,00
b.3) Corporaciones Locales			
b.4) Otros Entes			
b.5) Imputación de subvenciones de explotación de ejercicios anteriores		9.367.320,08	
6. GASTOS DE PERSONAL	-2.041.832,29	-2.720.803,48	-2.725.045,60
a) Sueldos, salarios y asimilados.	-1.592.705,61	-2.044.861,40	-2.048.140,76
b) Cargas sociales.	-449.126,68	-675.942,08	-676.904,84
c) Provisiones.			
7. OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN.	-408.467,47	-408.467,47	-408.467,47
a) Servicios exteriores.	-400.224,02	-400.224,02	-400.224,02
b) Tributos.	-8.243,45	-8.243,45	-8.243,45
c) Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales.			
d) Otros gastos de gestión corriente.			
8. AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO.	-115.876,42	-130.020,81	-143.448,98
9. IMPUTACIÓN DE SUBVENCIONES DE INMOVILIZADO NO FINANCIERO Y OTRAS.	116.577,80	72.549,44	71.771,25
10. EXCESO DE PROVISIONES.			
11. DETERIORO Y RESULTADO POR ENAJENACIONES DEL INMOVILIZADO.	2.903,19	-2.218,88	0,00
a) Deterioros y pérdidas.			
b) Resultados por enajenaciones y otras.	2.903,19	-2.218,88	
A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)	-2.145.552,97	-2.264.692,37	-2.327.888,00
12. INGRESOS FINANCIEROS.	84,00	66,84	0,00
a) De participaciones en instrumentos de patrimonio.	0,00	0,00	0,00
a1) En empresas del grupo y asociadas.			
a2) En terceros.			
b) De valores negociables y otros instrumentos financieros	84,00	66,84	0,00
b1) De empresas del grupo y asociadas.			
b2) De terceros.	84,00	66,84	0,00
13. GASTOS FINANCIEROS.	-68.455,00	-3.262,47	0,00
a) Por deudas con empresas del grupo y asociadas.			
b) Por deudas con terceros.	-68.455,00	-3.262,47	
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.	-9.759,03		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)	-78.130,03	-3.195,63	0,00
A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)	-2.223.683,00	-2.267.888,00	-2.327.888,00
17. IMPUESTOS SOBRE BENEFICIOS.			
A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+17)	-2.223.683,00	-2.267.888,00	-2.327.888,00
B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS			
18. RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES INTERRUMPIDAS NETO DE IMPUESTOS.			
A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+18)	-2.223.683,00	-2.267.888,00	-2.327.888,00

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS	2022
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.	SP-7
MEMORIA EXPLICATIVA DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2022 Y DE SU ADAPTACIÓN AL PROGRAMA DE ACTUACIÓN PLURIANUAL (1)	
<p>1.- DATOS GENERALES:</p> <p>1.1. Ente: Promotur Turismo Canarias S.A. 1.2. Objeto Social/Fin fundacional: Las actividades relacionadas con el estudio, promoción, fomento, difusión y comercialización de los distintos productos y servicios turísticos de Canarias y de potenciación de la oferta turística del Archipiélago.</p> <p>2.- ESTRATEGIA DEL ENTE:</p> <p>2.1. Objetivos estratégicos del ente: Desde 2020, la grave pandemia provocada por el Covid-19 ha afectado profundamente a la actividad turística canaria, llevando al límite la capacidad de resistencia de sus empresas y de su capital humano e, incluso, de su propio modelo productivo. Un contexto al que nunca se había visto obligado a enfrentarse en su historia más reciente y que ha obligado, desde entonces, a una reformulación de los objetivos estratégicos de PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A. como agente dinamizador del ecosistema turístico público-privado de las Islas.</p> <p>Fruto de esta necesidad de reformulación, y aún al amparo del Plan de Marketing Estratégico de la marca Islas Canarias 2018-2022, se definieron, con carácter transitorio y urgente debido los imperativos surgidos en cada momento, las estrategias Canarias Fortaleza, orientada a la priorización de la seguridad sanitaria en toda la cadena de valor turística del Archipiélago, y Canarias Destino, ya con el foco puesto en la anticipación de los importantes retos que el turismo post-Covid dibujará en los próximos años y en la consecuentemente necesaria transformación del modelo turístico canario.</p> <p>En 2021, ambas iniciativas estratégicas, Canarias Fortaleza y Canarias Destino, fueron el marco, desarrollado a partir del Plan 2018-2022, que permitió articular un plan de actuación específico y transitorio para PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A. adaptado a la situación de la actividad turística en ese periodo, pero sin olvidar la construcción de las referencias para la competitividad futura del turismo canario en función de los cambios que se están definiendo para el nuevo ciclo turístico que llega.</p> <p>Para 2022 PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A. establece un marco estratégico nuevo que, a partir de la continuidad de las estrategias Canarias Fortaleza y Canarias Destino, reformule el papel de la entidad en el ecosistema turístico público-privado, dado que el recogido en el Plan 2018-2022 se entiende agotado una vez que la crisis turística provocada por la Covid-19 ha acelerado su caducidad, y fortalezca su papel dinamizador en el conjunto de la cadena de valor turística ante el reto de contribuir al imperativo de mantener la competitividad del modelo turístico canario y convertirse en un instrumento transformador eficaz.</p> <p>Así, 2022 se plantea como un periodo crucial no solo para el turismo canario que, como hemos visto, afronta un nuevo ciclo turístico todavía desde la incertidumbre y con muchos y exigentes retos transformadores por delante; sino también, desde la perspectiva de la entidad, en la redefinición, ya avanzada desde finales de 2020 y durante 2021, de su propósito (misión, visión, valores) y la alineación eficiente de sus recursos y actividades en función de su nuevo papel como instrumento catalizador de la pretendida y necesaria transformación del modelo turístico de las Islas.</p> <p>El nuevo marco estratégico para el periodo 2022-2024, cuya misión es determinar el modelo básico de actuación de la entidad para el periodo de referencia, establece los siguientes objetivos estratégicos para PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.:</p> <p>Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario Cuando los expertos comienzan a definir el futuro post-pandemia como un mundo BANI (acrónimo en inglés de frágil, ansioso, no lineal e incomprensible), la única opción es incrementar la capacidad de prevención y adaptación del modelo turístico canario ante los cambios que están por venir.</p> <p>Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria En consonancia con los ODS y la Agenda 2030, las expectativas de los turistas y el futuro del turismo canario, es necesario incrementar el compromiso con la reducción de las emisiones de carbono de todas las actividades vinculadas al turismo.</p> <p>Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y los ciudadanos de Canarias El éxito del turismo canario pasa por hacer que el resto de la actividad económica de Canarias aproveche más y mejor la tracción que puede llegar a ofrecer en términos de generación de riqueza, empleo y bienestar social extendiendo su cadena de valor al resto de sectores y potenciando su capacidad de innovación.</p> <p>2.2. Objetivos/Actuaciones/Actividad a desarrollar durante el ejercicio 2022: A partir del nuevo marco estratégico mencionado, PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A. redefine</p>	

A partir del nuevo marco estratégico mencionado, PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A. define para 2022 sus líneas de actuación principales en función de los siguientes factores de cambio y objetivos operativos:

Factores de cambio:

1. Focalización en el proceso integral de consumo turístico (cadena de valor turística global) con una perspectiva global, no centrada específicamente en la promoción, que abarque y ordene todas las actividades actuales y futuras de PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A. (inteligencia turística, mejora de producto, comercialización, sensibilización, promoción y fidelización) como fórmula de superación de las actuales limitaciones.
2. Orientación de la actividad en función de las distintas etapas del customer journey del turista, eje que determina las oportunidades de contacto e interacción entre la oferta turística canaria y sus clientes. Frente a la distinción clásica de actividades de generación y gestión de demanda en origen y en destino, barreras que el mundo digital ha difuminado, las distintas etapas del customer journey turístico (soñando, descubriendo, comprando, planificando, viajando, disfrutando y volviendo a casa) determinan los programas de actuación de PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A. para 2022.
3. Potenciación de la colaboración público-privada y público-pública en todas sus actuaciones para evitar dispersión de esfuerzos, derroche de recursos e ineficiencias y optimizar su impacto como agente dinamizador y transformador del ecosistema turístico canario.

2.2.1 Objetivos operativos

1. El liderazgo digital

Lo digital no es solo una tecnología para la mejora de procesos y potenciación de la promoción. Con un potencial de aceleración de la obsolescencia más que acreditado, la digitalización es el elemento clave para la transformación del modelo turístico canario. Solo desde una perspectiva compartida de liderazgo digital a nivel global es posible desarrollar esa transformación y garantizar la competitividad futura de Canarias.

2. La conexión directa con el visitante

La incorporación de tecnologías de unificación y atribución de datos y otras herramientas permite la implementación de estrategias de promoción y comercialización que supere, mejorándolo, el concepto de segmentación para apostar por el desarrollo de una conexión directa y personalizada con cada visitante actual o potencial.

3. La puesta en valor del conocimiento

El acceso a la información y la transformación de esta en valor para el ecosistema turístico canario desde un enfoque abierto a la colaboración y compartición es una poderosa herramienta competitiva gracias a la aceleración de los procesos de captación y explotación de datos impulsados por la tecnología.

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

Cuando se acrecientan los cambios en el consumo turístico y la madurez del destino Islas Canarias puede convertirse en una amenaza, la mejora del producto turístico es una necesidad que requiere de iniciativas destinadas a promover la innovación, la creatividad y la tecnología en todos sus ámbitos.

5. La extensión y cohesión de la cadena de valor

Incrementar la presencia del "componente canario" en todas las prestaciones turísticas, desde el alojamiento a la restauración o el ocio, y fomentar que sus beneficios alcancen a más personas, actividades, empresas y territorios hará más competitivo y sostenible al modelo turístico canario.

6. El aprendizaje y la iteración constante

Frente a la actual situación de alta incertidumbre y cambio, el aprendizaje y la iteración constante para potenciar las capacidades de anticipación y adaptación debe ser un objetivo compartido por PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A. y el resto del ecosistema turístico de las Islas.

7. El empoderamiento del destino

El turismo es una actividad compleja de dimensión global caracterizada por la dicotomía origen-destino. En ella, los destinos han estado, tradicionalmente, y Canarias no es una excepción, en una posición supeditada a objetivos externos. El reto hoy es ayudar a superar esa dicotomía para alcanzar un mayor grado de control de todo el proceso productivo turístico desde la confluencia y la cooperación con todos los agentes implicados.

2.2.2 Líneas de actuación

Entre otras, las líneas de actuación establecidas para 2022, con un coste total reflejado en las fichas presupuestarias, a partir de los factores de cambio y objetivos operativos señalados son las siguientes:

Área de Promoción:

1. Planes de promoción turística en origen push y pull (turismo de sol y playa plus, de naturaleza, cultural y patrimonial, LGTB, interno y de larga estancia -silver, remote workers y entrenamiento deportivo-)
2. Plan de promoción Plataforma Destino Turístico Islas Canarias
3. Plan de fidelización

Cada uno de estos planes integra distintas campañas, acciones y proyectos a lo largo del año facilitando la planificación, diseño e implementación de una promoción personalizada por tipologías de producto turístico, de etapas del customer journey, de medios y/o de audiencias, tanto en el ámbito b2c como b2b

Área de la Digitalización:

El programa de digitalización tiene por objeto, diseñar una alternativa al modelo económico actual de las Islas Canarias, facilitando el desarrollo de la economía local y la mejora del producto turístico a través de la conexión de las empresas de los sectores primario, industrial y comercial con las empresas turísticas y de estas con los turistas del destino. Todo ello a través de una colaboración público-pública y pública-privada que permita, a la administración y empresas, cooperar y construir en un nuevo Ecosistema que es más sostenible, resiliente, competitivo y generador de mayor valor para el Destino Turístico Islas Canarias.

Este programa se materializará a través de la creación de la Plataforma de Destino Turístico Islas Canarias (PDTIC) estará constituido por una única plataforma en modo cloud, basada en soluciones open standar y open source. Será una Plataforma de Destino Turístico Seguro, Sostenible y Competitivo de las Islas Canarias que desarrolle el modelo de negocio de Plataformas y Ecosistemas, igual al que han desarrollado los operadores globales.

1. Desarrollo Plataforma Destino Turístico Islas Canarias
2. Proyecto Marketplace de Producto
3. Proyecto Canal Turístico Digital

Área de Conectividad:

El Programa de mejora de la conectividad tiene por finalidad impulsar de la recuperación de la conectividad aérea de las Islas con sus distintos mercados emisores y la apertura de nuevas rutas a nuevos mercados a través de:

1. Líneas de apoyo a la mejora de la conectividad
2. Plan de conectividad (ejecución)
3. Plan de compensación de huella de carbono aéreo en destino

Área de Inteligencia turística:

El Programa de inteligencia turística contempla el desarrollo de actuaciones dirigidas a incrementar, gestionar y divulgar el conocimiento actualizado del cliente y de la actividad turística en general como base para la correcta toma de decisiones y garantizar la coherencia y consistencia estratégica de la actividad de Turismo de Islas Canarias a través de:

1. Acceso a fuentes de datos
2. Proyecto Gemelo Digital del Destino IC + sensorización IoT

Área de Sostenibilidad ambiental:

El Programa de sostenibilidad ambiental, tiene por objetivo contribuir al compromiso de reducción de las emisiones de carbono de las actividades vinculadas al turismo a través de la medición de la huella de carbono y del grado de circularidad del producto turístico canario, siendo sus principales actuaciones previstas en 2022:

1. Plan de descarbonización
2. Plan de economía circular

Área de Mejora de producto:

El Programa de mejora de producto está orientado a la potenciación de la innovación en la oferta turística canaria para impulsar su renovación, diversidad y atractivo y, por tanto, su competitividad; a través de:

1. Gestión Hub de Innovación
2. Estrategia Canarias Fortaleza
3. Patrocinio de eventos en destino para entidades públicas y privadas

Área de Cooperación y co-gobernanza:

El Programa de cooperación y co-gobernanza está dirigido a la gestión de proyectos de cooperación público-pública y de proyectos de cooperación público-privada con el sector turístico en destino. Con ayuntamientos y cabildos, con entidades empresariales intermedias y con las empresas canarias implicadas en la cadena de valor de la actividad turística. Se instrumentalizará a través de líneas de subvenciones que faciliten la participación e integración de las actividades de los distintos intervinientes públicos y privados en la cadena de valor del turismo de canarias, en la Plataforma Destino Turístico Islas Canarias.

1. Líneas de apoyo on boarding Plataforma Destino Turístico Islas Canarias para empresas, organizaciones intermedias y cabildos y ayuntamientos
2. Líneas de apoyo a las empresas para descarbonización y economía circular

Área de Sensibilización:

El Programa de sensibilización está orientado a poner en valor la actividad turística en su conjunto entre la sociedad canaria y a promover el compromiso y la participación de profesionales del sector, residentes y visitantes en la consecución de los objetivos de la estrategia Canarias Destino y de sus ejes de actuación a través de:

1. Plan de comunicación B2B en destino
2. Plan de concienciación medioambiental en destino

2.2.3 Indicadores

La pandemia está durando más de lo inicialmente previsto y, por tanto, las restricciones de viaje se han mantenido muy estrictas en la primera parte del año. Luego, el avance de la vacunación ha levantado la mayoría de las prohibiciones y cuarentenas pero se ha mantenido la exigencia de varios test para poder viajar, con el coste que ello conlleva. Como consecuencia, la recuperación se retrasa hasta 2022.

Por todo ello, los indicadores de resultados que nos habíamos marcado para 2021 se postponen ahora en su mayoría para 2022.

- Restaurar la conectividad aérea hasta, al el 90% del nivel de 2019 en niveles absolutos.
- Recuperar el 90% de las rutas aéreas existentes antes de la pandemia.
- Recuperación parcial del nº de turistas pre-covid: 10 millones
- Recuperación de la facturación turística: 12.000 millones
- Recuperación cuota en mercados clave (UK 7%, Alemania 3%)
- Recuperar a los turistas más fieles al destino Islas Canarias (más de 10 visitas a islas Canarias): 2,8 millones en 2019.
- Mantener el contacto con el público objetivo de Islas Canarias:
 - 250 millones de impactos en las redes sociales de Islas Canarias.
 - 9 millones de visitas a la web Hola Islas Canarias con aceptación de cookies.
 - 3 millones de identificadores nuevos (usuarios en el DMP de Islas Canarias)
- Mejorar la comercialización del producto turístico Canario. Desarrollo de una Plataforma Marketplace del producto turístico experiencial Canario, transaccional.
 - Conseguir la carga de 2.000 experiencias turísticas
 - Nº de productos 100% locales ofertados: 10.000
 - Nº de organizaciones intermedias adheridas a la plataforma: 30
- Incrementar la presencia online de los recursos culturales canarios. Ficha en Google Arts and Culture (Plataforma cultural de visitas virtuales): mínimo 50 recursos (actualmente cero).
- Nuevos recursos de turismo cultural en Google Maps: 350 mínimo
- Seguir aumentando turistas larga estancia (silver y remote workers) para compensar caída del resto de turistas, sobre todo en la temporada baja. Objetivo: turistas con estancia superior a 15 días > 800.000

3.- DATOS PRESUPUESTARIOS:

3.1. Presupuesto de Capital:

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

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

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

3.2. Presupuesto de Explotación:

Ingresos:

1.- Importe neto de la cifra de negocios: Está formado por el encargo "Proyecto de Información Tecnológica Management Office", actualizando su importe respecto al año 2021 y por el encargo "Sistema de Información Turística sobre perfiles de turistas".

2.- Ingresos accesorios y otros de gestión corriente: Está previsto facturación a terceros por la asistencia a las ferias del ejercicio por 144.798,15 euros, más la facturación prevista de 300.000,00 euros que generará la nueva plataforma del destino turístico Islas Canarias.

3.- Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio: Destaca respecto al 2021 el impulso inversor de la plataforma del destino turístico Islas Canarias, alineado con el programa de digitalización del plan estratégico y el protagonismo de los Fondos Europeos en el desarrollo de la actividad promocional. Se aumenta en 60.000 euros la aportación para Gastos de Explotación para sufragar el coste de formación del personal.

Gastos:

Los gastos previstos, tanto de la promoción turística y del resto de actividades, como los gastos de explotación, están alineados con los ingresos consignados. En la estimación de gastos de personal de 2021 no se ha reflejado el incremento del 0,9% máximo que establece la Ley de Presupuestos Generales de la CAC. para dicho año hasta recibir el informe favorable de la D.G. de Planificación y Presupuesto, por lo que la previsión es de un mayor coste de personal para 2021 y 2022. En 2022 sólo se han reflejado los nuevos trienios devengados.

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS	2022
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.	SP-8
MEMORIA EXPLICATIVA DE EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2020 Y EXPLICACIÓN DE LAS PRINCIPALES DESVIACIONES (1)	
<p>Este análisis se ha realizado comparando los datos reales del ejercicio 2020, con los datos contenidos en el PAIF 2020</p> <p>DESVIACIONES ECONÓMICAS DE LAS CUENTAS PATRIMONIALES:</p> <p>ACTIVO:</p> <p>1.- <u>Inmovilizado</u>: Dentro de la mayor inversión de Inmovilizado Material cabe destacar la compra de ordenadores portátiles para permitir el teletrabajo al personal de Promotur, la instalación de mamparas separadoras y la renovación de las sillas de la empresa por deterioro.</p> <p>2.- <u>Deudores</u>: El menor importe en Deudores es debido fundamentalmente al epígrafe de Administraciones Públicas, por subvenciones del ejercicio pendientes de cobro por parte del Tesoro Canario, puesto que se cobró en el ejercicio más de lo estimado.</p> <p>3.- <u>Periodificaciones a corto plazo</u>: El menor importe de esta cuenta se debe a los menores gastos anticipados de las ferias del ejercicio siguiente, por no estar previstas la celebración presencial de muchas de ellas en el primer trimestre del año 2021.</p> <p>4.- <u>Tesorería</u>: Hay mayor tesorería por las aportaciones dinerarias cobradas en el ejercicio, disminuyendo el saldo en el siguiente año con la ejecución de las aportaciones prorrogadas hasta el siguiente ejercicio y con los pagos a proveedores.</p> <p>PASIVO:</p> <p>1.- <u>Subvenciones, donaciones y legados recibidos</u>: Este importe es superior por la diferencia en la amortización prevista de los bienes financiados con la subvención de capital recibida para la implementación de las medidas de seguridad por el Covid.</p> <p>2.- <u>Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar</u>: El menor importe contabilizado en este epígrafe es debido fundamentalmente a los acreedores de final de ejercicio.</p> <p>3.- <u>Periodificaciones a corto plazo</u>: El incremento en esta cuenta se debe al traspaso como ingresos anticipados de todas aquellas aportaciones concedidas en 2020 con plazo de aplicación en 2021.</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 a que no se han podido ejecutar todas las acciones promocionales previstas, así como por la cancelación de eventos y de prácticamente todas las ferias turísticas desde marzo, por la situación de la pandemia a raíz del Covid-19.</p> <p>2.- <u>Gastos de Personal</u>: El gasto de personal es inferior al previsto en el PAIF debido básicamente al menor coste de salario y seguridad social de dos trabajadores pendientes de contratación temporal, dentro de la aportación Gestión Canarias Fortaleza, por una trabajadora que se encontraba en excedencia a final de año y por la incorporación de algunos efectivos temporales posterior a la fecha prevista inicialmente.</p> <p>3.- <u>Otros gastos de explotación</u>: El mayor importe se debe básicamente por los gastos de las obras para la implementación de las medidas de seguridad por el Covid en las oficinas de Promotur, así como por el arrendamiento de la oficina de Las Palmas a Hecansa, a diferencia de las antiguas oficinas, donde Promotur tenía una cesión de derecho de uso gratuita de la Consejería, por lo que no se pagaba alquiler.</p> <p>4.- <u>Amortizaciones</u>: Este gasto es superior al previsto por las mayores inversiones realizadas en el ejercicio.</p> <p>5.- <u>Gastos financieros</u>: Son debidos a los intereses devengados por dos expedientes de reintegro originados por dos informes de Intervención General de la operación "Promoción turística de las Islas Canarias dirigidas a profesionales" y "Promoción turística de las Islas Canarias dirigidas al público" ejecutadas en el ejercicio 2016 y 2017 cofinanciadas por el FEDER.</p> <p>INGRESOS:</p> <p>1.- <u>Ingresos accesorios y otros de gestión corriente</u>: El importe contabilizado es debido a la facturación realizada a terceros por la asistencia a las ferias de enero y febrero, no devengándose más ingresos durante el resto del año por la cancelación de prácticamente todas las ferias a partir de marzo.</p> <p>2.- <u>Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio</u>: El menor importe registrado se debe básicamente al traspaso como ingresos anticipados de todas aquellas aportaciones concedidas en 2020 con plazo de aplicación posterior al ejercicio, bien porque se preveía un plazo de aplicación a varios años o por haber solicitado prórroga de todas aquellas aportaciones que no se pudieron ejecutar en el ejercicio, obteniendo en todos los casos ampliaciones de plazo para poder ejecutar los remanentes en 2021 y poder así adecuarnos a la situación de los distintos mercados a raíz de la pandemia.</p> <p>3.- <u>Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras</u>: El mayor importe registrado es debido a la imputación a resultados de la subvención de capital para la implementación de medidas de seguridad en las oficinas de Promotur.</p>	

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS	2022
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.	SP-9
MEMORIA EXPLICATIVA DE LA EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2021 (1)	
<p>Los retos que se planteó Promotur Turismo Canarias S.A. para el año 2021 fueron la transformación digital del sector en Canarias, el desarrollo del ecosistema innovador turístico, la mejora, adaptación y personalización en la experiencia turística y el liderazgo de la sostenibilidad de la actividad turística canaria.</p> <p>Acorde a lo anterior, en un contexto de emergencia sanitaria y grave crisis del sector, se establecieron los siguientes objetivos, que implicaban al talento existente en nuestra sociedad, la adopción de nuevos modelos de negocio basados en plataformas digitales de múltiples lados y el despliegue de las capacidades tecnológicas inherentes a los proyectos Smart Cities, Cloud Computing, Inteligencia Artificial, IoT, adoptando soluciones Open Standard y Open Source:</p> <ul style="list-style-type: none"> - el desarrollo de la economía turística canaria a través de la participación en la comercialización directa de sus productos turísticos - la mejora de la experiencia de sus turistas - la mejora de la sostenibilidad de la actividad turística <p>Para todo ello, se articuló una estrategia para la transformación del modelo turístico canario ante el nuevo ciclo post-Covid denominada Canarias Destino que, en el ámbito del Plan de Marketing Estratégico de la Marca Islas Canarias 2018-2022, superara la evidente falta de actualización de esta herramienta estratégica en un ejercicio de reorientación y adecuación a los nuevos condicionantes del entorno y como la mejor respuesta desde lo local, desde el Destino Turístico Canarias, a los desafíos del Cambio Climático, de la necesidad de ser más Resilientes, y de construir una propuesta turística de mayor valor, y por tanto más Competitiva, centralizada en la construcción de una Plataforma de Destino Turístico Seguro, Sostenible y Competitivo de las Islas Canarias que desarrolle el modelo de negocio de Plataformas y Ecosistemas, igual al que han desarrollado los operadores globales, y facilite la construcción del producto turístico canario a lo largo de toda su cadena de valor.</p> <p>Los principales componentes sobre los que se ha comenzado a construir la Plataforma son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plataforma de Destino Inteligente Islas Canarias y red de sensores IOT - Marketplace Sostenible Islas Canarias - Canal Turístico Digital (B2C) - Cuadro de Mando Integral Predictivo - Gemelo Digital del Destino Turístico Islas Canarias - Ecosistema (HUB) de Innovación <p>En el marco de Canarias Destino, la creación de la plataforma ha alimentado, con carácter transversal, la actividad global desarrollada por Promotur Turismo de Canarias S.A. en 2021, que se ha organizado en función de los siguientes programas de actuación:</p> <p>1. Programa de digitalización</p> <p>El Programa de digitalización ha tenido por objeto principal la creación de la mencionada plataforma digital única orientada a la organización y potenciación del ecosistema turístico canario en su globalidad a través del concepto "gemelo digital" y la adopción de los nuevos modelos de negocio de las plataformas digitales junto al despliegue de todo tipo de capacidades tecnológicas.</p> <p>Los proyectos más relevantes desarrollados en el marco de este programa han sido:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preparación, diseño y desarrollo de la Plataforma de Destino Inteligente - Diseño, desarrollo e implementación Hub de Innovación <p>2. Programa de mejora de la conectividad</p> <p>El Programa de mejora de la conectividad ha tenido por objeto impulsar la recuperación de la conectividad aérea de las Islas con sus distintos mercados emisores y la apertura de nuevas rutas a nuevos mercados a través de una línea de incentivos específica. Asimismo, durante 2021 se ha elaborado un Plan Estratégico para la Conectividad, documento específico que permitirá profundizar en la actividad a desarrollar en el futuro en el ámbito de la conexión del Archipiélago con sus mercados emisores.</p> <p>Los proyectos más relevantes desarrollados en el marco de este programa han sido:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestión nuevas convocatorias del Fondo de Desarrollo de Vuelos y fomento de la conectividad - Seguimiento de la demanda (búsqueda y reserva de vuelos) <p>3. Programa de inteligencia turística y planificación</p> <p>El Programa de inteligencia turística y planificación ha contemplado el desarrollo de actuaciones dirigidas a incrementar, gestionar y divulgar el conocimiento actualizado del cliente y de la actividad turística en general como base para la correcta toma de decisiones.</p> <p>Los proyectos más relevantes desarrollados en el marco de este programa han sido:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proyecto de investigación: Análisis del comportamiento y percepciones del turista - Proyecto de investigación: Análisis del acento canario en la comunicación publicitaria - Seguimiento de la demanda (reservas en mercados de origen) - Seguimiento de impacto de campañas 	

4. Programa de descarbonización

El Programa de descarbonización ha tenido por objeto contribuir al compromiso de reducción de las emisiones de carbono de las actividades vinculadas al turismo a través de la medición de la huella de carbono y del grado de circularidad del producto turístico canario, siendo sus principales actuaciones en 2021 la realización de proyectos para la medición de la huella de carbono, de sensibilización y promoción de la sostenibilidad en origen y en destino y compensación de la huella de carbono en destino.

5. Programa de mejora de producto

El Programa de mejora de producto ha estado orientado a la potenciación de la innovación en la oferta turística canaria para impulsar su renovación, diversidad y atractivo y, por tanto, su competitividad; a través de proyectos como la realización del proyecto HUB de Innovación, Hub de innovación Canarias Destino.

Otro proyecto destacado del programa de mejora de producto ha sido **Canarias Fortaleza** cuya continuidad ha posibilitado el fortalecimiento, a pesar de las condiciones derivadas de la crisis sanitaria y turística, de la imagen de los esfuerzos y el compromiso de Canarias como destino turístico con la seguridad sanitaria y transmitiendo una imagen responsable, asociada a múltiples atributos positivos como destino turístico seguro para Europa.

Otros proyectos relevantes desarrollados en el marco de este programa han sido:

- Plan de eventos en destino
- Plan de formación para los profesionales del sector

6. Programa de cooperación

El Programa de cooperación ha estado dirigido a la gestión de proyectos de cooperación público-pública y de proyectos de cooperación público-privada con el sector turístico en destino, turoperadores, líneas aéreas y otros operadores turísticos y empresas canarias de otros sectores distintos del turístico.

- Convocatoria de patrocinio a entidades privadas para eventos presenciales en destino
- Integración de lagomera.travel en holaislascanarias.com

7. Programa de sensibilización

El Programa de sensibilización ha tenido por objetivo la puesta en valor de la actividad turística en el conjunto de la sociedad canaria y a promover el compromiso y la participación de profesionales del sector, residentes y visitantes en la consecución de los objetivos de **Canarias Destino** a través de proyectos de comunicación y sensibilización dirigidos al sector, al visitante y al residente.

8. Programa de promoción

El Programa de promoción se ha desarrollado a través de la gestión de los siguientes planes, principalmente en origen:

- Plan de promoción turismo de sol y playa
- Plan de promoción turismo de naturaleza
- Plan de promoción turismo cultural
- Plan de promoción turismo LGTB
- Plan de promoción turismo interno
- Plan de promoción turismo de larga estancia (remote workers y entrenamiento deportivo)
- Plan de comunicación en destino
- Plan de comunicación pull (medios propios)
- Plan de comunicación b2b

Los proyectos más relevantes desarrollados en el marco de este programa han sido:

- Realización de campañas promocionales de notoriedad e imagen en medios y soportes, preferentemente digitales, a través de acción data, acción mobile con geolocalización, native advertising y travel influencers en Reino Unido, Alemania, Noruega, Países Bajos, Dinamarca, Suecia, Irlanda, Bélgica, Italia, Francia, Suiza, República Checa, Polonia, Portugal, Luxemburgo y mercados nacional y canario.
- Acciones de co-branding con operadores turísticos
- Actualización web holaislascanarias.com
- Apoyo a fam & press trips
- Apoyo a producciones audiovisuales de interés turístico (“Cleo”, “Hideen Canary Islands”, “El Halcón Leonor en las Islas Canarias”)
- Asistencia a ferias turísticas de carácter presencial y virtuales
- Cobertura informativa de eventos con proyección turística
- Creación de contenidos audiovisuales y fotográficos
- Elaboración Plan Estratégico de Promoción Turística del Patrimonio Cultural de Canarias
- Gestión y dinamización perfiles de Islas Canarias en redes sociales
- Proyecto Base de datos de recursos turísticos
- Proyecto Bono Turístico Islas Canarias
- Proyecto Camino de Santiago entre Volcanes

(1) INSTRUCCIONES

En esta ficha se realizarán un avance de la ejecución de las actuaciones previstas en el Presupuesto para 2021. La extensión máxima será de dos páginas.

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS					2022
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	50.000,00	16	09	432H	156G0072
Sistema de Información Turística sobre perfiles de turistas	80.000,00	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 2022, así como el origen de éstas expresado en términos de:
- Sección, Consejería o Departamento que concede la subvención.
 - Servicio o Centro Directivo de la correspondiente Consejería ú Organismo Autónomo.
 - Programa Presupuestario.

