

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2017
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP- 1
ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO EN EL EJERCICIO			
	REAL 2015	ESTIMACIÓN 2016	PREVISIÓN 2017
<b>A) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN</b>			
<b>1. Resultado del ejercicio antes de impuestos.</b>	<b>-2.165.867,00</b>	<b>-2.165.867,00</b>	<b>-2.165.867,00</b>
<b>2. Ajustes del resultado.</b>	<b>16.762,15</b>	<b>28.856,58</b>	<b>29.185,76</b>
a) Amortización del inmovilizado (+).	50.366,22	59.857,13	59.297,49
b) Correcciones valorativas por deterioro (+/-).			
c) Variación de provisiones (+/-).			
d) Imputación de subvenciones (-).	-30.339,87	-30.069,22	-29.180,40
e) Resultados por bajas y enajenaciones del inmovilizado (+/-).			
f) Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros (+/-).			
g) Ingresos financieros (-).	-3.264,20	-931,33	-931,33
h) Gastos financieros (+).			
i) Diferencias de cambio (+/-).			
j) Variación del valor razonable en instrumentos financieros (+/-).			
k) Otros ingresos y gastos (-/+).			
<b>3. Cambios de capital corriente.</b>	<b>-767.636,51</b>	<b>254.369,55</b>	<b>11.978,00</b>
a) Existencias (+/-).			
b) Deudores y otras cuentas a cobrar (+/-).	491.320,01	393.912,99	
c) Otros activos corrientes (+/-).	-305.889,24	126.584,72	
d) Acreedores y otras cuentas a pagar (+/-).	-974.874,90	-260.243,16	11.978,00
e) Otros pasivos corrientes (+/-).	21.807,62	-5.885,00	
f) Otros activos y pasivos no corrientes (-/+).			
<b>4. Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación.</b>	<b>3.264,20</b>	<b>931,33</b>	<b>931,33</b>
a) Pagos de intereses (-).			
b) Cobros de dividendos (+).			
c) Cobros de intereses (+).	3.264,20	931,33	931,33
d) Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios (+/-).			
e) Otros pagos (cobros) (-/+).			
<b>5. Flujos de efectivo de las actividades de explotación (+/-1 +/-2 +/-3 +/-4).</b>	<b>-2.913.477,16</b>	<b>-1.881.709,54</b>	<b>-2.123.771,91</b>
<b>B) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>			
<b>6. Pagos por inversiones (-).</b>	<b>-70.004,92</b>	<b>-21.797,60</b>	<b>0,00</b>
a) Empresas del grupo y asociadas.			
b) Inmovilizado intangible.	-5.885,00		
c) Inmovilizado material.	-64.119,92	-21.797,60	
d) Inversiones inmobiliarias.			
e) Otros activos financieros.			
f) Activos no corrientes mantenidos para venta.			
g) Otros activos.			
<b>7. Cobros por desinversiones (+).</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
a) Empresas del grupo y asociadas.			
b) Inmovilizado intangible.			
c) Inmovilizado material.			
d) Inversiones inmobiliarias.			
e) Otros activos financieros.			
f) Activos no corrientes mantenidos para venta.			
g) Otros activos.			
<b>8. Flujos de efectivo de las actividades de inversión (7-6)</b>	<b>-70.004,92</b>	<b>-21.797,60</b>	<b>0,00</b>
<b>C) FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN</b>			
<b>9. Cobros y pagos por instrumentos de patrimonio.</b>	<b>2.165.867,00</b>	<b>2.165.867,00</b>	<b>2.165.867,00</b>
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
<b>10. Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero.</b>	<b>-20.815,05</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
a) Emisión	-20.815,05	0,00	0,00
1. Obligaciones y otros valores negociables (+).			
2. Deudas con entidades de crédito (+).	-20.815,05		
3. Deudas con empresas del grupo y asociadas (+).			
4. Otras deudas (+).			
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 (-).			
<b>11. Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instrumentos de patrimonio.</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
a) Dividendos (-).			
b) Remuneración de otros instrumentos de patrimonio (-).			
<b>12. Flujos de efectivo de las actividades de financiación (+/-9 +/-10 +/-11).</b>	<b>2.145.051,95</b>	<b>2.165.867,00</b>	<b>2.165.867,00</b>
<b>D) Efecto de las variaciones de los tipos de cambio (+/-)</b>			
<b>E) AUMENTO/DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (+/-5 +/-8 +/-12 +/-D)</b>			
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio.	1.485.201,80	646.771,67	909.131,53
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio.	646.771,67	909.131,53	951.226,62

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2017
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP-2
BALANCE DE SITUACIÓN AL CIERRE DEL EJERCICIO			
	REAL 2015	ESTIMACIÓN 2016	PREVISIÓN 2017
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>492.518,12</b>	<b>475.429,90</b>	<b>416.132,41</b>
<b>I. INMOVILIZADO INTANGIBLE.</b>	<b>5.918,83</b>	<b>3.884,43</b>	<b>1.942,38</b>
1. Investigación.			
2. Desarrollo.			
3. Concesiones.			
4. Patentes, licencias, marcas y similares.	92,35	0,00	0,00
5. Fondo de comercio.			
6. Aplicaciones informáticas.	5.826,48	3.884,43	1.942,38
7. Otro inmovilizado intangible.			
<b>II. INMOVILIZADO MATERIAL.</b>	<b>480.599,29</b>	<b>444.574,16</b>	<b>387.218,72</b>
1. Terrenos y construcciones.	362.564,81	344.980,86	327.396,91
2. Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material.	118.034,48	99.593,30	59.821,81
3. Inmovilizado en curso y anticipos.			
<b>III. INVERSIONES INMOBILIARIAS.</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
1. Terrenos.			
2. Construcciones.			
<b>IV. INVERSIONES EN EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A LARGO PLAZO.</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
1. Instrumentos de patrimonio			
2. Créditos a empresas			
3. Valores representativos de deuda			
4. Derivados			
5. Otras activos financieros			
<b>V. INVERSIONES FINANCIERAS A LARGO PLAZO.</b>	<b>6.000,00</b>	<b>26.971,31</b>	<b>26.971,31</b>
1. Instrumentos de patrimonio			
2. Créditos a terceros			
3. Valores representativos de deuda			
4. Derivados			
5. Otras activos financieros	6.000,00	26.971,31	26.971,31
<b>VI. Activos por impuesto diferido.</b>			
<b>VII. Deudores comerciales no corrientes</b>			
<b>B) ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>4.506.171,32</b>	<b>4.227.062,16</b>	<b>4.269.157,25</b>
<b>I. ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA.</b>			
<b>II. EXISTENCIAS</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
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.			
<b>III. DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A COBRAR.</b>	<b>3.063.173,60</b>	<b>2.669.260,61</b>	<b>2.669.260,61</b>
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios.			
2. Clientes, empresas del grupo y asociadas.	46.509,13		
3. Deudores varios.	62.583,21	44.693,33	44.693,33
4. Personal.			
5. Activos por impuesto corriente.			
6. Otros créditos con las Administraciones Públicas.	2.954.081,26	2.624.567,28	2.624.567,28
7. Accionistas (socios) por desembolsos exigidos.			
<b>IV. INVERSIONES EN EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A CORTO PLAZO.</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
1. Instrumentos de patrimonio			
2. Créditos a empresas			
3. Valores representativos de deuda			
4. Derivados			
5. Otras activos financieros			
<b>V. INVERSIONES FINANCIERAS A CORTO PLAZO.</b>	<b>147.556,03</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
1. Instrumentos de patrimonio			
2. Créditos a terceros			
3. Valores representativos de deuda			
4. Derivados			
5. Otras activos financieros	147.556,03		
<b>VI. PERIODIFICACIONES A CORTO PLAZO</b>	<b>648.670,02</b>	<b>648.670,02</b>	<b>648.670,02</b>
<b>VII. EFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LÍQUIDOS EQUIVALENTES.</b>	<b>646.771,67</b>	<b>909.131,53</b>	<b>951.226,62</b>
1. Tesorería.	646.771,67	909.131,53	951.226,62
2. Otros activos líquidos equivalentes.			
<b>TOTAL ACTIVO (A + B)</b>	<b>4.998.689,44</b>	<b>4.702.492,06</b>	<b>4.685.289,66</b>

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2017
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP- 3
BALANCE DE SITUACIÓN AL CIERRE DEL EJERCICIO			
	REAL 2015	ESTIMACIÓN 2016	PREVISIÓN 2017
<b>A) PATRIMONIO NETO</b>	<b>898.343,87</b>	<b>875.791,96</b>	<b>853.906,66</b>
<b>A-1) FONDOS PROPIOS.</b>	<b>600.000,00</b>	<b>600.000,00</b>	<b>600.000,00</b>
<b>I. Capital</b>	<b>600.000,00</b>	<b>600.000,00</b>	<b>600.000,00</b>
1. Capital escriturado.	600.000,00	600.000,00	600.000,00
2. (Capital no exigido).			
<b>II. Prima de emisión</b>			
<b>III. Reservas</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
1. Legal y estatutarias.			
2. Otras reservas.			
<b>IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias).</b>			
<b>V. Resultados de ejercicios anteriores.</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
1. Remanente.			
2. (Resultados negativos de ejercicios anteriores).			
<b>VI. Otras aportaciones de socios.</b>	<b>2.165.867,00</b>	<b>2.165.867,00</b>	<b>2.165.867,00</b>
<b>VII. Resultado del ejercicio.</b>	<b>-2.165.867,00</b>	<b>-2.165.867,00</b>	<b>-2.165.867,00</b>
<b>VIII. (Dividendo a cuenta).</b>			
<b>IX. Otros instrumentos de patrimonio neto.</b>			
<b>A-2) AJUSTES POR CAMBIOS DE VALOR.</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>I. Instrumentos financieros disponibles para la venta.</b>			
<b>II. Operaciones de cobertura.</b>			
<b>III. Otros.</b>			
<b>A-3) SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS.</b>	<b>298.343,87</b>	<b>275.791,96</b>	<b>253.906,66</b>
<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>99.447,96</b>	<b>91.930,65</b>	<b>84.635,55</b>
<b>I. PROVISIONES A LARGO PLAZO.</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
1. Obligaciones por prestaciones a largo plazo al personal.			
2. Actuaciones medioambientales.			
3. Provisiones por reestructuración.			
4. Otras provisiones.			
<b>II. DEUDAS A LARGO PLAZO.</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
1. Obligaciones y otros valores negociables.			
2. Deudas con entidades de crédito.			
3. Acreedores por arrendamiento financiero.			
4. Derivados.			
5. Otros pasivos financieros.			
<b>III. DEUDAS CON EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A LARGO PLAZO.</b>			
<b>IV. PASIVOS POR IMPUESTO DIFERIDO.</b>	<b>99.447,96</b>	<b>91.930,65</b>	<b>84.635,55</b>
<b>V. PERIODIFICACIONES A LARGO PLAZO</b>			
<b>VI. ACREEDORES COMERCIALES NO CORRIENTES</b>			
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>4.000.897,61</b>	<b>3.734.769,45</b>	<b>3.746.747,45</b>
<b>I. PASIVOS VINCULADOS CON ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA.</b>			
<b>II. PROVISIONES A CORTO PLAZO.</b>			
<b>III. DEUDAS A CORTO PLAZO.</b>	<b>12.159,26</b>	<b>6.274,26</b>	<b>6.274,26</b>
1. Obligaciones y otros valores negociables.			
2. Deudas con entidades de crédito.	4.894,26	4.894,26	4.894,26
3. Acreedores por arrendamiento financiero.			
4. Derivados.			
5. Otros pasivos financieros.	7.265,00	1.380,00	1.380,00
<b>IV. DEUDAS CON EMPRESAS DEL GRUPO Y ASOCIADAS A CORTO PLAZO.</b>			
<b>V. ACREEDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A PAGAR.</b>	<b>3.947.874,94</b>	<b>3.687.631,78</b>	<b>3.699.609,78</b>
1. Proveedores.			
2. Proveedores, empresas del grupo y asociadas.			
3. Acreedores varios.	2.935.580,71	2.935.580,71	2.935.580,71
4. Personal (remuneraciones pendientes de pago).	106.614,20	123.364,11	135.342,11
5. Pasivos por impuesto corriente.			
6. Otras deudas con las Administraciones Públicas.	905.680,03	628.686,96	628.686,96
7. Anticipos de clientes.			
<b>VI. PERIODIFICACIONES A CORTO PLAZO.</b>	<b>40.863,41</b>	<b>40.863,41</b>	<b>40.863,41</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO ( A + B + C )</b>	<b>4.998.689,44</b>	<b>4.702.492,06</b>	<b>4.685.289,66</b>

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS			2017
SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.			SP- 4
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO			
	REAL 2015	ESTIMACIÓN 2016	PREVISIÓN 2017
<b>A) OPERACIONES CONTINUADAS</b>			
<b>1. IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS.</b>	<b>40.434,00</b>	<b>40.434,00</b>	<b>90.434,00</b>
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	40.434,00	90.434,00
b.1) Al sector público	40.434,00	40.434,00	90.434,00
b.2) Al sector privado			
<b>2. VARIACIÓN DE EXISTENCIAS DE PRODUCTOS TERMINADOS Y EN CURSO DE FABRICACIÓN.</b>			
<b>3. TRABAJOS REALIZADOS POR LA EMPRESA PARA SU ACTIVO.</b>			
<b>4. APROVISIONAMIENTOS.</b>	<b>-17.990.068,56</b>	<b>-16.296.736,85</b>	<b>-19.010.636,12</b>
a) Consumo de mercaderías.			
b) Consumo de materias primas y otras materias consumibles.			
c) Trabajos realizados por otras empresas.	-17.990.068,56	-16.296.736,85	-19.010.636,12
d) Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos.			
<b>5. OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>17.862.034,26</b>	<b>16.351.399,60</b>	<b>19.091.399,60</b>
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente.	231.666,33	284.038,60	284.038,60
b) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio.	17.630.367,93	16.067.361,00	18.807.361,00
b.1) Estado			
b.2) Comunidad Autónoma	17.630.367,93	16.067.361,00	18.807.361,00
b.3) Corporaciones Locales			
b.4) Otros Entes			
b.5) Imputación de subvenciones de explotación de ejercicios anteriores			
<b>6. GASTOS DE PERSONAL</b>	<b>-1.883.804,46</b>	<b>-1.925.064,66</b>	<b>-1.979.926,59</b>
a) Sueldos, salarios y asimilados.	-1.428.893,51	-1.456.812,39	-1.499.489,61
b) Cargas sociales.	-426.364,84	-456.274,27	-468.458,98
c) Provisiones.	-28.546,11	-11.978,00	-11.978,00
<b>7. OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN.</b>	<b>-327.945,04</b>	<b>-328.555,49</b>	<b>-327.952,13</b>
a) Servicios exteriores.	-319.500,02	-319.500,02	-319.500,02
b) Tributos.	-8.445,02	-9.055,47	-8.452,11
c) Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales.			
d) Otros gastos de gestión corriente.			
<b>8. AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO.</b>	<b>-50.366,22</b>	<b>-59.857,13</b>	<b>-59.297,49</b>
<b>9. IMPUTACIÓN DE SUBVENCIONES DE INMOVILIZADO NO FINANCIERO Y OTRAS.</b>	<b>30.339,87</b>	<b>30.069,22</b>	<b>29.180,40</b>
<b>10. EXCESO DE PROVISIONES.</b>	<b>142.221,56</b>		
<b>11. DETERIORO Y RESULTADO POR ENAJENACIONES DEL INMOVILIZADO.</b>	<b>8.043,76</b>	<b>21.409,10</b>	<b>0,00</b>
a) Deterioros y pérdidas.			
b) Resultados por enajenaciones y otras.	8.043,76	21.409,10	
<b>A.1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)</b>	<b>-2.169.110,83</b>	<b>-2.166.902,21</b>	<b>-2.166.798,33</b>
<b>12. INGRESOS FINANCIEROS.</b>	<b>3.264,20</b>	<b>931,33</b>	<b>931,33</b>
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	3.264,20	931,33	931,33
b1) De empresas del grupo y asociadas.			
b2) De terceros.	3.264,20	931,33	931,33
<b>13. GASTOS FINANCIEROS.</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
a) Por deudas con empresas del grupo y asociadas.			
b) Por deudas con terceros.			
c) Por actualización de provisiones.			
<b>14. VARIACIÓN DE VALOR RAZONABLE EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS.</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
a) Cartera de negociación y otros.			
b) Imputación al resultado del ejercicio por activos financieros disponibles para la venta.			
<b>15. DIFERENCIAS DE CAMBIO.</b>	<b>-20,37</b>	<b>103,88</b>	<b>0,00</b>
<b>16. DETERIORO Y RESULTADO POR ENAJENACIONES DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS.</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
a) Deterioros y pérdidas.			
b) Resultados por enajenaciones y otras.			
<b>A.2) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)</b>	<b>3.243,83</b>	<b>1.035,21</b>	<b>931,33</b>
<b>A.3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A.1+A.2)</b>	<b>-2.165.867,00</b>	<b>-2.165.867,00</b>	<b>-2.165.867,00</b>
<b>17. IMPUESTOS SOBRE BENEFICIOS.</b>			
<b>A.4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS (A.3+17)</b>	<b>-2.165.867,00</b>	<b>-2.165.867,00</b>	<b>-2.165.867,00</b>
<b>B) OPERACIONES INTERRUMPIDAS</b>			
<b>18. RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES INTERRUMPIDAS NETO DE IMPUESTOS.</b>			
<b>A.5) RESULTADO DEL EJERCICIO (A.4+18)</b>	<b>-2.165.867,00</b>	<b>-2.165.867,00</b>	<b>-2.165.867,00</b>





## MEMORIA EXPLICATIVA DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2017 Y DE SU ADAPTACIÓN AL PROGRAMA DE ACTUACIÓN PLURIANUAL (1)

La mejora competitiva de la actividad turística pasa por una orientación hacia un turismo sostenible, estable y de calidad, adecuado a las exigencias y motivaciones del turista del siglo XXI, que ponga en valor, frente a otros destinos competidores, los destinos insulares canarios y, especialmente, que alcance y potencie a otros sectores económicos y contribuya a una mayor integración productiva de la economía canaria. Con un objetivo final: que la riqueza generada por la actividad turística se extienda al resto de la sociedad canaria.

Todo ello pasa, entre otros aspectos fundamentales, por el conocimiento profundo de las motivaciones e intereses del turista, del que nos escoge y del que no, y por una promoción actual e innovadora, que integre todas las disciplinas de un marketing eficaz y eficiente: investigación, desarrollo de producto, comunicación y comercialización.

Un enfoque renovado en los que primen el conocimiento del cliente; una adecuación constante y enriquecedora de la oferta turística canaria, en todas sus vertientes, a las motivaciones de los distintos segmentos de turistas; el fortalecimiento de la identidad propia como herramienta diferenciadora; el impulso constante a la conectividad como herramienta imprescindible para acercar nuestra oferta a los distintos mercados; la comunicación personalizada y diferenciada con el empleo intensivo de las tecnologías digitales, que también deben ser el instrumento para la mejora de la experiencia de los visitantes y su interacción con el territorio, más allá del establecimiento alojativo.

En definitiva, una promoción inteligente a la búsqueda de la excelencia para unos destinos turísticos innovadores, a la vanguardia del sector, sustentada en las siguientes líneas de actuación:

- 1. Investigación** para 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 potenciará la investigación tanto cuantitativa, especialmente a través de la Encuesta de Gasto Turístico, como cualitativa, con el desarrollo de actividades basadas en entrevistas y técnicas etnográficas y el empleo de las tecnologías de la información.
- 2. Profundizar en la promoción segmentada**, tanto de clientes como de mercados. De clientes, a través de un trato diferenciado y personalizado hacia aquellos turistas potenciales que buscan experiencias específicas. Se establecerán nuevas líneas de comunicación dirigidas a poner en valor las fortalezas del archipiélago que puedan satisfacer nuevas motivaciones específicas que se identifiquen en el futuro y que constituyan una oportunidad para el crecimiento y la diversificación: turismo deportivo, turismo astronómico, etc. Además, se fortalecerán las ya establecidas. En el caso de los mercados emisores, la estrategia de diversificación se centrará en nuevos mercados con gran potencial de crecimiento, por la afinidad de sus residentes con la oferta de las Islas Canarias, y también en aquellos más tradicionales, pero distintos a Reino Unido, Alemania y España, en los que la cuota de mercado de los destinos turísticos canarios está aún lejos de su techo.
- 3. Comunicación personalizada**, a través de sistema CRM (gestión de clientes) a través de un desarrollo tecnológico propio que permite el almacenaje de datos y su análisis y gestión de manera unificada, pudiendo homogeneizar/estandarizar este proceso para todas las acciones de comunicación CRM que se desarrollen, 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 eficacia promocional.
- 4. Mejorar la conectividad** de las Islas con los distintos mercados emisores, tanto actuales como futuros, apoyando el establecimiento de nuevas rutas en colaboración con los cabildos

insulares.

En conclusión, el objetivo general para 2017 es seguir haciendo de la marca turística de las Islas Canarias una gran herramienta de marketing. Una herramienta que respalde y proyecte a la globalidad de la oferta turística de las Islas: sus destinos insulares, sus localidades y ciudades turísticas, sus empresas, sus servicios y sus productos atendiendo a las singularidades y potencialidades propias de cada uno.

Para ello, dado que el periodo de aplicación del Plan Estratégico Promocional del Turismo en Canarias 2012 – 2016 concluye, surge la necesidad de elaborar un plan específico de Marketing Estratégico para las Islas Canarias para el periodo 2017 - 2020 que determine las líneas estratégicas de actuación idónea en este ámbito de actuación. El Plan, a partir de una revisión del plan referido al periodo anterior y de las diferentes alternativas estratégicas identificadas durante su proceso de elaboración, determina para los próximos años los objetivos y las líneas básicas de actuación, de orden estratégico, en lo referido al ámbito del producto turístico, las categorías y mercados meta, la segmentación de clientes, el posicionamiento de marca, la comercialización y la comunicación.

Finalmente, con la actividad promocional prevista en 2017 y la realizada en años anteriores, la sociedad pretende el cumplimiento de los siguientes objetivos e indicadores para el año 2017:

- Aumento nº turistas: 13 millones de turistas
- Detener el descenso de la estancia media: > 9 días
- Aumento del gasto turístico: 127 €/día
- Aumento facturación turística: 13.000 millones
- Fidelización: mantenimiento índice repetición 76%
- Diversificación de los mercados de origen: Peso Reino Unido+Alemania<55%
- Incremento de la notoriedad: 6/10
- Mejora de la imagen de las Islas Canarias como destino turístico: 8/10
- Mejora de la eficacia promocional: 30% personas impactadas dentro del target
- Desarrollo de un sistema de información turística de Canarias que interese al sector: 35.000 visitas a la web profesional
- Mejora del conocimiento de los turistas (segmentación): 10 perfiles definidos
- Mejora de la eficacia de la acción promocional: Mejora medición resultados acciones
- Disponer de un sistema de relación directa con los turistas (CRM): 500.000 turistas registrados
- Ampliar el nº de aeropuertos que conectan con las Islas Canarias y aumentar el tráfico regular: 50 nuevas rutas FDV, 120 ciudades de origen, reducción tarifa media en torno a 10%, incremento del tráfico regular en un 10%
- Lanzamiento Fondo de Desarrollo de Vuelos (FDV): Incremento % operaciones regulares, reducción de tarifas aéreas.

#### **(1) INSTRUCCIONES**

En esta ficha se explicarán los objetivos a alcanzar por la empresa en el ejercicio 2017 detallando las principales actuaciones a realizar para el logro de dichos objetivos en coherencia con el contenido del programa de actuación plurianual. El contenido de la memoria debe ser coherente también con el estado de flujos de efectivo y la cuenta de pérdidas y ganancias y deberá tener una extensión máxima de dos páginas.

<b>PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS</b>	<b>2017</b>
<b>SOCIEDAD MERCANTIL PÚBLICA: PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A.</b>	<b>SP-8</b>
<b>MEMORIA EXPLICATIVA DE EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2015 Y EXPLICACIÓN DE LAS PRINCIPALES DESVIACIONES (1)</b>	
<p>Este análisis se ha realizado comparando los datos reales del ejercicio 2015, con los datos contenidos en el PAIF 2015</p> <p><b>DESVIACIONES ECONÓMICAS DE LAS CUENTAS PATRIMONIALES:</b></p> <p><b>ACTIVO:</b></p> <p>1.- <u>Inmovilizado Intangible</u>: El incremento de inmovilizado intangible es debido al desarrollo de dos aplicaciones para dispositivos móviles y tablets con la temática de spots de buceo de las Islas Canarias.</p> <p>2.- <u>Inmovilizado Material</u>: El mayor importe en este epígrafe es debido a la renovación de los ordenadores y servidores de la empresa, que se encontraban muy obsoletos.</p> <p>3.- <u>Inversiones Financieras a Largo Plazo</u>: La disminución en esta partida es debida al traspaso a corto plazo de las cantidades consignadas en el Juzgado de lo Social por un litigio con antiguos empleados, cuya sentencia favorable a la sociedad hace que esté previsto recuperar estas cantidades del Juzgado en breve.</p> <p>4.- <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>5.- <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><b>PASIVO:</b></p> <p>1.- <u>Deudas a corto plazo</u>: El menor importe que figura en Otros Pasivos Financieros es debido a la cancelación de alguna fianza.</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 y a los impuestos del cuarto trimestre.</p> <p>3.- <u>Periodificaciones a corto plazo</u>: Son facturas emitidas en diciembre pero cuyo devengo se produce en 2016.</p> <p><b>DESVIACIONES ECONÓMICAS DE LAS CUENTAS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS:</b></p> <p><b>GASTOS:</b></p> <p>1.- <u>Aprovisionamientos</u>: El menor importe contabilizado en este epígrafe se debe básicamente a la menor ejecución del proyecto de Fomento de la Conectividad Aérea, porque muchas de las rutas convocadas quedaron desiertas.</p> <p>2.- <u>Gastos de Personal</u>: El coste de personal es superior al previsto en el PAIF en 26.272,21 euros, debido a una provisión contabilizada en 2015 por importe de 28.546,11 euros, por la sentencia del Juzgado de lo Social que llega a Promotur el 26 de febrero de 2016, a raíz de la demanda de una trabajadora. La empresa ha recurrido la sentencia. Sin embargo, el coste de personal es inferior al previsto en el plan de viabilidad en 22.638,82 euros.</p> <p>3.- <u>Otros gastos de explotación</u>: El menor importe registrado se debe al ahorro en diversos costes.</p> <p><b>INGRESOS:</b></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 algo inferior 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 no se ejecutó en su totalidad la aportación dineraria para el Fomento de la Conectividad Aérea. En el PAIF figuraba en esa partida 2.991,895,00 euros, aunque finalmente la aportación concedida fue por 1.000.000,00 euros, de la cual se ejecutó 200.000,00 euros, quedando un remanente de 800.000,00 euros. Por otro lado, se incrementó la aportación para el desarrollo de la actividad promocional en 300.000,00 euros el 28 de octubre de 2015, de la que se pudo ejecutar 23.006,93 euros y el resto fue reintegrado.</p> <p>3.- <u>Exceso de provisiones</u>: Con fecha 17 de febrero de 2016, el Tribunal Superior de Justicia de Canarias dictó sentencia favorable a los intereses de la sociedad, sin posibilidad de recurso, en relación a un litigio con antiguos empleados, por tanto, la Sociedad ha procedido a revertir al cierre del ejercicio 2015 el pasivo contabilizado en ejercicios anteriores por dicho concepto por importe de 142.221,56 euros.</p>	

## MEMORIA EXPLICATIVA DE LA EJECUCIÓN DEL PRESUPUESTO DEL EJERCICIO 2016 (1)

La actividad correspondiente al ejercicio 2016 se fundamenta en la ruta trazada por el Plan de Marketing de la marca Islas Canarias para el mismo año. En este documento se recogen, junto a su presupuesto de ejecución, las estrategias de marketing y el plan de acción a desarrollar por parte de PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A. (en adelante TURISMO DE CANARIAS) durante este periodo en relación a la promoción de la marca Islas Canarias y de los siete destinos insulares que integran su portfolio de productos.

El Plan de Marketing responde a la necesidad, identificada en el Plan Estratégico Promocional del Turismo en Canarias 2012 – 2016, de contar con una planificación de carácter anual que constituya “el brazo ejecutor de las directrices propuestas por el Plan Estratégico Promocional para cada ejercicio específico” y da respuesta a esa necesidad apoyándose en la estrategia global definida en el mencionado Plan.

Esta estrategia global orienta la actividad de promoción turística de las Islas Canarias hacia la diversificación, tanto de tipos de clientes, distintos del sol y playa tradicional, como de mercados geográficos, con la incorporación de nuevos mercados meta que aminoren el peso de los mercados de origen tradicionales en el volumen global de visitantes de las islas. Dentro de la actividad promocional se contempla, además, la gestión de clientes a través de un sistema CRM que profundiza en la identificación de los turistas, incluidos los potenciales, en el conocimiento de sus motivaciones e intereses y en la comunicación directa y personalizada, y por tanto más económica y eficaz, con el objetivo de fidelizar a los visitantes para que repitan vacaciones en las Islas y activar su poder de prescripción a terceros a partir de su alto nivel de satisfacción general. Promotur Turismo de Canarias desarrolla esta Gestión de Clientes a través de un desarrollo tecnológico propio que permite el almacenaje de datos y su análisis y gestión de manera unificada, pudiendo homogeneizar/estandarizar este proceso para todas las acciones de comunicación CRM que se desarrollen, siempre de acuerdo a la legislación de protección de datos de carácter personal.

Asimismo, otras líneas de trabajo desarrolladas por Promotur Turismo de Canarias son la mejora de la conectividad aérea de las Islas con los distintos mercados emisores, tradicionales y emergentes, y la realización de proyectos de investigación con la intención de profundizar en la segmentación de los visitantes de las Islas, avanzar en el análisis de sus motivaciones y demás aspectos cualitativos y en el seguimiento continuado de la coyuntura turística en las islas y de sus principales determinantes a fin de detectar oportunidades o advertir situaciones de crisis que aconsejen modular la inversión promocional.

En el caso de la mejora de la conectividad aérea, el Fondo de Desarrollo de Vuelos, herramienta creada y gestionada por Promotur Turismo de Canarias resulta fundamental para la estrategia de diversificación mencionada anteriormente, que requiere de nuevas conexiones con mercados distintos de los más tradicionales así como más opciones para esos turistas que no viajan en paquetes convencionales y que desean venir a las islas a practicar sus actividades preferidas y que pertenecen a segmentos nicho específicos.

En el ámbito específico de la promoción, la actividad se estructura principalmente en torno a la marca Islas Canarias, como instrumento de identificación del conjunto de islas que integran el archipiélago canario y que son, todas ellas, destinos turísticos con identidad diferenciada, y en torno a las distintas plataformas implementadas de comunicación. Se entiende por plataforma de comunicación un concepto diferenciado con potencial de declinación a distintos mercados, segmentos y/o momentos de inspiración vacacional a través de contenidos, medios propios

segmentos y/o momentos de inspiración vacacional a través de contenidos, medios propios, fundamentalmente on-line, y campañas y acciones en medios pagados, asistencia a ferias profesionales y dirigidas al público en general y acciones de co-branding. Todo ello a través de la implicación de todos los agentes turísticos de las Islas, institucionales y económicos, y de la ciudadanía canaria en general.

La creación, adquisición y distribución de contenidos relevantes y valiosos para los visitantes (y potenciales visitantes) del Archipiélago se configura como la base sobre la que se construye la estrategia global de marketing de la marca Islas Canarias. Contenidos (fotografías, películas, redaccionales, ilustraciones, etc.), incluyendo eventos, capaces de aportar expectación, interés y valor de marca para ser difundidos a partir de medios propios compartirlos en las RRSS y otras plataformas de interés y publicarlos a través de medios de comunicación pagados (off y on-line). Se definen como contenidos todas aquellas piezas o acciones que, con independencia de su soporte o medio de distribución, resulten de interés para su público objetivo y aporten valor a la marca Islas Canarias y/o a sus destinos. Tienen mayoritariamente un enfoque transmedia y multipropósito. La creación y selección de contenidos se adapta, en cada caso, a las distintas categorías meta, mercados objetivo y segmentos de clientes principal interés.

En cuanto a medios propios, entendemos por estos aquellos que, con independencia del canal, sean de titularidad de TURISMO DE CANARIAS. Se incluyen en esta categoría todos los sites, blogs, perfiles en redes sociales y demás medios on-line y off-line (folletos, revistas, ...) cuya titularidad corresponde a TURISMO DE CANARIAS y a cuyo mantenimiento, enriquecimiento y actualización constante y difusión a través de buscadores y redes sociales se destina gran parte del esfuerzo promocional de la entidad.

#### **(1) INSTRUCCIONES**

En esta ficha se realizarán un avance de la ejecución de las actuaciones previstas en el Presupuesto para 2016. La extensión máxima será de dos páginas.

PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS					2017
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	156G0081
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 2016, 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.



