

Expte. AV 24-22

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE DESIGNA A LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL CALIFICADOR Y SE ESTABLECEN LAS INSTRUCCIONES DE LA PRUEBA DE CONOCIMIENTOS A DESARROLLAR, ASÍ COMO SU CONVOCATORIA, EN EL PROCESO SELECTIVO CONVOCADO POR PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A PARA LA COBERTURA DE DOS (2) PLAZAS INDEFINIDAS DE TÉCNICOS/AS DE MARKETING, ADSCRITAS A LA DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN A SEGMENTOS ESPECÍFICOS, Y LA CONSTITUCIÓN DE UNA LISTA DE RESERVA PARA POSIBLES Y FUTURAS CONTRATACIONES AL EFECTO, EN EL MARCO DEL INSTRUMENTO DE PLANIFICACION ESTRATÉGICA ADOPTADO POR ESTA ENTIDAD

Vistos los siguientes,

ANTECEDENTES DE HECHO

I.- Por Resolución del Director-Gerente de fecha de 02 de febrero de 2023, se aprueba la convocatoria relativa al proceso selectivo de diversas plazas con carácter indefinido que promueve la sociedad mercantil pública Promotur Turismo Canarias S.A en el marco del Instrumento de Planificación Estratégica (IPE) aprobado por dicha entidad, y para la constitución de una lista de reserva a fin de cubrir posibles y futuras contrataciones al efecto; y, así también, los anexos que contiene las bases que la acompañan, con la reserva de la plaza de la categoría de Administrativa/o a personas con discapacidad reconocida y acreditada superior al 33%;

El extracto de la convocatoria se publica en el Boletín Oficial de Canarias (BOC, núm. 23) y, simultáneamente, en la web institucional de Promotur Turismo Canarias S.A, estableciendo un plazo de diez (10) días hábiles, computado a partir del día siguiente a la publicación de este acto, para la presentación de instancias y documentación preceptiva, conforme a la **Base Cuarta** de cada uno de los Anexos relativos a las bases reguladoras de los puestos que se convocan.

II.- En el marco del proceso para la selección de **dos (2) Técnicos/as de marketing**, adscritas al Área de Generación de la Demanda y con dependencia jerárquica de la Dirección de Promoción a Segmentos Específicos (**categoría: Técnico de gestión de Grado Superior, grupo 1**), con fecha de 18 de abril de 2023 se emite por el Director-

Gerente de Promotur Turismo Canarias S.A la Resolución por la que se determinan las candidaturas admitidas provisionalmente por cumplir con todos los requisitos y condiciones de acceso fijadas en la convocatoria para participar en ese proceso selectivo y las que resultan susceptibles de subsanación al constatarse defectos u errores en la documentación presentada y/o la falta de aportación de la misma, determinándose igualmente las excluidas con carácter provisional e indicándose, en consecuencia, la causa o motivo de exclusión; todo ello, quedando recogido en los respectivos anexos que se adhieren a la meritada resolución.

Con relación a las personas candidatas cuya documentación presentada resulta subsanable, y conforme a la **Base Quinta, apartado 1º** del Anexo de las bases reguladoras del puesto que se convoca, se otorga un plazo de tres (3) días hábiles, contados desde el siguiente día al de la publicación de la citada resolución para atender este trámite, que tiene lugar en la fecha antes referenciada, señalándose en la web institucional de Promotur Turismo Canarias S.A el plazo específico y medio a tal fin.

III.- Una vez concluye el trámite de subsanación, en fecha de 04 de mayo se dicta la Resolución del Director-Gerente en la que se establecen las candidaturas que son admitidas definitivamente y, asimismo, respecto a las personas candidatas requeridas y que han subsanado y/o aportado los documentos peticionados, las que también resultan admitidas al ajustarse a los requisitos de acceso que fijan las bases e, igualmente, las excluidas con carácter definitivo, acompañándose de la causa específica que fundamenta tal exclusión.

Dicha Resolución se publica el día 05 de mayo en la web institucional de Promotur Turismo Canarias S.A.

IV.- Siguiendo lo prevenido en la **Base Sexta** de las bases reguladoras del proceso selectivo convocado para este puesto, y una vez han sido determinadas las candidaturas admitidas definitivamente que pasan a la Fase de valoración, procede en estos términos designar a los miembros que formarán parte del Tribunal Calificador de cada una de las fases que componen la evaluación de los méritos y conocimientos de las personas aspirantes y, asimismo, por simplicidad procedimental, y las instrucciones detalladas que regirán la prueba a que se refiere el **apartado 1º** de la meritada **Base Sexta**, así como la forma de la prueba y su puntuación individual máxima, e igualmente disponerse la fecha y convocatoria para la celebración de la prueba en cumplimiento del plazo mínimo de cinco (5) días de antelación que prevén las bases conformadas.

En virtud de lo precedentemente expuesto, y según las facultades y competencias atribuidas en escritura de poder de fecha 09 de octubre de 2020,

RESUELVO

Primero. – **DESIGNAR como miembros del Tribunal Calificador** que intervendrá en el proceso de selección *up supra* y estará facultado para resolver las cuestiones que pudieran suscitarse en el desarrollo de todo el proceso selectivo y para adoptar los acuerdos necesarios para el debido orden del mismo, así como del desarrollo de cada una de las fases de valoración de las candidaturas a que se refiere la **Base Sexta** de las que rigen este procedimiento, a las siguientes **personas** dentro de la plantilla trabajadora de Promotur Turismo Canarias S.A:

	Nombre y Apellidos	Cargo en la empresa	Área o departamento de responsabilidad
Presidente	Dº José Juan Lorenzo Rodríguez	Director-Gerente	-
Secretaria	Dª Naiara Cambil Yepes	Técnico-Asesor Jurídico	Asesoría Jurídica, Contratación y Recursos Humanos
1º Vocal	Dª Catalina Suárez Romero	Jefa	Asesoría Jurídica, Contratación y Recursos Humanos
2º Vocal	Dº Alberto Ávila García	Director	Área de Comunicación y Marketing

Los/as miembros del Tribunal podrán ser recusados por los/as aspirantes en el caso de que exista alguna causa de recusación dispuesta en la legislación vigente. En el supuesto de que un miembro del tribunal pierda su condición de tal, se realizará un nuevo nombramiento para sustituirle.

Segundo. - **ESTABLECER las instrucciones de la Prueba de Conocimientos a realizar por las personas aspirantes admitidas**, que se recogen en **Anexo I** a este acto, estableciéndose, además, la **forma de la prueba** y su **puntuación individual máxima**.

Si la persona candidata tuviera reconocida y acreditada una discapacidad igual o superior al 33%, la prueba será, en su caso, adaptada a las necesidades relativas a la discapacidad de que se trate, **debiendo comunicarlo inmediatamente** y, como máximo, **con cinco (5) días de antelación** a la fecha de celebración de la prueba por medio del **correo-e** habilitado a estos efectos: recursoshumanos@turismodecanarias.com

Tercero. - CONVOCAR a las personas admitidas definitivamente y que pasan a la Fase de valoración, según Resolución del Director-Gerente de fecha 04 de mayo, y que se reproducen en Anexo II a este acto, a la celebración de la prueba que tendrá lugar el miércoles, día 24 de mayo de 2023, a las 08:30 horas, en la Sala de conferencias de la Oficina de Promotur Turismo Canarias S.A, sita en c/ Eduardo Benot, 35, bajo 35008, Las Palmas de Gran Canaria.

Todas las personas aspirantes deberán asistir a la prueba provista del original del Documento Nacional de Identidad en vigor, o pasaporte y tarjeta de residente que deberá ser exhibido a los miembros del Tribunal o colaboradores/as para que acrediten su identidad.

Perderán su derecho a participar aquellos aspirantes que no acrediten su identidad

Cuarto. - ORDENAR la publicación de la presente Resolución y las instrucciones anexadas que lo acompañan en la web de Promotur Turismo Canarias S.A habilitada a los efectos de concurrir en esta convocatoria y previamente señalada:

<https://turismodeislascanarias.com/es/seleccion-personal/>

El presente acto despliega sus efectos a partir del día siguiente de su publicación en la web citada.

Dº José Juan Lorenzo Rodríguez

**Director-Gerente
Promotur Turismo Canarias S.A**

ANEXO I

Proceso de selección.

TÉCNICO MARKETING SEGMENTOS ESPECÍFICOS (anexo VIII - 2 plazas)

FASE DE PRUEBA DE CONOCIMIENTO (no eliminatoria): Resolución y defensa de Ejercicio Práctico sobre conocimientos relacionados con el puesto al que postulan: Puntuación máxima de 40 puntos.

A continuación se incorporan las Instrucciones que regirán la prueba de conocimiento, que estarán formadas por:

- Indicaciones generales para la resolución del caso práctico y formato de la prueba.
- Criterios de valoración.
- El *Brief* del caso práctico concreto aplicable a marketing turístico, en concreto a Promotur y al programa de promoción a segmentos específicos, que constituirá el caso de referencia de la prueba de conocimiento

INSTRUCCIONES Y FORMA DE LA PRUEBA

¿Qué se pide?

La resolución práctica del ejercicio consistirá en responder a preguntas escritas y en la exposición de una estrategia de trabajo que permita llegar hasta la implementación y ejecución de una campaña publicitaria no convencional en el segmento de turismo que se identifica con detalle en el Brief anexo.

En dicha exposición, y de acuerdo con la estrategia pública de marketing y contratación de PROMOTUR, será clave que se identifiquen las líneas de trabajo bajo su responsabilidad, se analicen y evalúen los procesos de trabajo necesarios para llevar a buen término la acción de marketing, se formulen correctamente las acciones que se emprenderían y las recomendaciones que se consideren pertinentes.

Formato de resolución práctica y/o defensa del ejercicio

El desarrollo y defensa del ejercicio se realizará en forma de respuesta a preguntas escritas y exposición personal ante un Tribunal compuesto por técnicos de PROMOTUR en las áreas de comunicación de marketing a segmentos turísticos, área jurídica y de recursos humanos, así como otras áreas transversales que puedan determinarse.

Los aspirantes dispondrán de un tiempo total de 1 hora, que se distribuirá en etapas de la siguiente manera:

- 1) **Primera etapa. Pregunta escrita. Duración 10 minutos.** Los aspirantes deberán seleccionar la adecuada entre tres opciones de creatividad de campaña publicitaria propuestas, debiendo justificar por escrito las razones de su elección.

A la finalización del tiempo previsto para esta etapa el tribunal valorará la elección de cada aspirante y explicará qué vía es la adecuada para la implementación de la campaña. En caso de no haber superado esta etapa la persona candidata no podrá seguir adelante con la prueba de conocimiento y la puntuación final de la fase de ejercicio práctico será cero.

- 2) **Segunda etapa. Pregunta escrita. Duración 15 minutos.** Los aspirantes deberán responder adecuadamente a dos preguntas relacionadas con las audiencias del segmento establecidas y su abordaje según la fase del *customer journey* del cliente potencial.

A la finalización del tiempo previsto para esta etapa, el tribunal valorará las preguntas respondidas y explicará cuales son las respuestas correctas. Será preciso responder adecuadamente a ambas. En caso de no haber superado esta etapa la persona candidata no podrá seguir adelante con la prueba de conocimiento y la puntuación final de la fase de ejercicio práctico será 2,5 puntos.

- 3) **Tercera etapa. Exposición. Duración 35 minutos.** Los aspirantes que hayan superado las etapas 1 y 2 podrán exponer y defender su estrategia de trabajo que permita llegar hasta la implementación y ejecución de la campaña publicitaria, teniendo en cuenta las funciones del puesto establecidas en la convocatoria y la consideración de PROMOTUR como sociedad mercantil pública del Gobierno de Canarias.

Los aspirantes serán convocados por orden de numeración de su DNI a la defensa del caso en franjas de 45 minutos, inmediatamente después del momento de resolución de la etapa 2. El tribunal podrá convocar en días sucesivos a los aspirantes que, por el orden establecido, no puedan ser evaluados el mismo día de la convocatoria inicial por razones de tiempo.

- **La exposición y defensa tendrá una duración máxima de 20 minutos.** Si así lo desean, los aspirantes podrán apoyarse en una única presentación en formato PDF o PPT, sin que su uso suponga variación en el tiempo asignado a la exposición. Dicha presentación deberá ser facilitada en soporte físico USB al tribunal en el momento de la llegada a la convocatoria en las oficinas de PROMOTUR, con el número de DNI completo como único nombre del archivo, y antes de proceder con ninguna etapa del ejercicio.
- **Los restantes 15 minutos serán para someterse a las preguntas, solicitudes de aclaración e interpelaciones de los miembros del tribunal.**

PUNTUACIÓN INDIVIDUAL MÁXIMA

Los criterios por los que se evaluará la prueba de conocimiento serán:

1. **Haber superado las etapas primera y segunda del ejercicio práctico:** Máximo 5 puntos (2,5 puntos en caso de superar sólo la primera etapa, 5 puntos en caso de superar las etapas primera y segunda).
2. **Conocimiento de la gestión de proyectos aplicada al puesto, a un ente de presupuesto estimativo como PROMOTUR y al caso concreto expuesto.** Se pretende evaluar el nivel de preparación general para el desarrollo de las funciones del puesto. Máximo 10 puntos.
3. **Respuesta a preguntas concretas de ampliación a la exposición.** Se pretende contrastar el conocimiento en ámbitos transversales, la respuesta a los conflictos y evaluar la capacidad resolutive. Algunas preguntas podrán ser en idioma inglés y deberán ser respondidas en ese idioma. Máximo 15 puntos.
4. **Exposición.** Se pretende evaluar la capacidad de organización del trabajo, generación de ideas y estructuración intelectual, así como la capacidad expositiva en público. Máximo 10 puntos.

BRIEF EJERCICIO PRÁCTICO	
DENOMINACIÓN:	CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SEGMENTO SILVER+
CATEGORÍA:	<p>Turismo de larga estancia (subcategoría Silver+)</p> <p>A comienzos de 2021 la marca Islas Canarias decidió incorporar el segmento de turismo Silver+ a su pull de clientes que atraer al destino, con la definición y presentación de una estrategia que se resume en este brief.</p> <p>Los objetivos generales que persigue la marca con el abordaje de este segmento son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Disminución de la concentración de riesgo en segmentos vinculados exclusivamente a la categoría de sol y playa. - Incremento del gasto en destino de los visitantes. - Mantenimiento y/o recuperación de cuota de mercado en mercados clave. - Potenciación de los canales directos de comunicación y comercialización. - Evitar el envejecimiento de la imagen de la marca.
MERCADOS PRINCIPALES:	El 85% de la inversión deberá ir a estos países, en función de su cuota de mercado, debiéndose justificar una sobreponderación o infraponderación de algunos de ellos, si se propone: Reino Unido, Alemania, Países Nórdicos, Países Bajos y España.

MERCADOS SECUNDARIOS:	Los mercados secundarios podrán participar del 15% de la inversión restante, debiéndose justificar una sobreponderación o infraponderación de algunos de ellos en el conjunto, si se propone. Se considerarán de entre los siguientes: Irlanda, Austria, Francia, Bélgica, Italia y Suiza.
DEFINICIÓN DE SEGMENTO Y AUDIENCIAS:	<p>Definimos al turista Silver+ (o ‘Silver plus’) como aquel turista <i>best-ager</i> (+55 años) que realiza viajes de larga estancia (=>30 días).</p> <p>Este perfil engloba a tres generaciones de europeos que, por primera vez, tienen un nivel adquisitivo mayor que la media, elevado nivel socio cultural y educativo, digitalmente competentes y, sobre todo, activos con disponibilidad de un bien muy escaso: el tiempo, pues se trata de personas cuyo nivel de actividad laboral ha cesado o disminuido como consecuencia del paso de sus carreras profesionales a una etapa menos activa.</p> <p>Se ha detectado tres audiencias concretas potencialmente abordables por la marca, con objetivos tácticos y barreras, que son las siguientes:</p> <p><u>AUDIENCIA A01:</u></p> <p>Personas que vienen a Canarias de vacaciones de forma regular pero nunca han dado el paso de quedarse una larga estancia. El 30% de ellos han visitado las Islas al menos 5 veces en los últimos 5 años, por lo que conocen el destino a la perfección.</p>

DEFINICIÓN DE SEGMENTO Y AUDIENCIAS:

Es el segmento con más potencial para hacer larga estancia y la base de los resultados a corto plazo.

Objetivo: Queremos que estos viajeros vacacionales den el paso a quedarse más tiempo, o sea trabajar la penetración de larga estancia.

Barreras:

- Desconocimiento: la larga estancia no está dentro de su “consideration set”.
- Miedo y dificultad: un ‘cambio de vida’ es algo más arriesgado y difícil de preparar que unas vacaciones.
- Sensación de exclusividad: la larga estancia es para unos pocos privilegiados (especialmente a nivel de edad o monetario).

AUDIENCIA A02:

Personas que **ya realizan largas estancias pero no en las Islas Canarias**. Ya tienen el espíritu de la larga estancia y están acostumbrados a hacer un cambio de vida.

Se trata de un grupo de clientes con potencial para el destino; pero, en este caso, el punto de entrada deberían ser unas vacaciones (estancia corta).

Objetivo: Queremos que pasen de hacer la larga estancia en sus lugares habituales y vengan a hacerla a las Islas Canarias, o sea trabajar la penetración del destino.

Barreras:

- Desconocimiento de Islas Canarias. No conocen el destino, por lo que no entra en su “consideration set”.
- Posible arraigo emocional con otros destinos donde ya realizan la larga estancia.

AUDIENCIA A03:

Personas que **han venido una o más veces a Canarias a realizar una larga estancia**. O sea, per se, el viajero Silver+ de larga estancia de las Islas Canarias.

Enamorados del destino, fieles y altamente repetidores. Constituye la base del negocio a ampliar a largo plazo.

Objetivo: Queremos que continúen viniendo cada año a hacer la larga estancia. Esto significa retener en corto plazo y fidelizar a largo plazo.

Barreras: Hay pocas barreras en la mente del consumidor, porque ya son personas enamoradas y fieles al destino que han tomado la decisión de venir a vivir un paréntesis vital aquí, al menos una vez.

**BASES DE LA
ESTRATEGIA DE
COMUNICACIÓN
CON EL
SEGMENTO:**

La Promesa de la marca Islas Canarias al cliente Silver+ es: *Las Islas Canarias ofrecen el destino ideal para pasar largas temporadas mientras disfrutas de un clima inigualable durante todo el año, con una atractiva oferta cultural y de ocio para la práctica de tus aficiones, enmarcada en paisajes de ensueño.*

Para comunicar esto, y en el marco de la estrategia de trabajo que se proponga, se hará una propuesta general de tipos de medios en los que desplegar la inversión hacia las audiencias, para vehicular de forma eficaz los **drivers de venta de la marca**, según los cuales las Islas Canarias cuentan con:

- El mejor clima del mundo todo el año.
- Una extraordinaria naturaleza, diversidad de islas y paisajes.
- Amplia oferta cultural, de ocio y bienestar.
- Oferta gastronómica atractiva.
- Unos estándares sanitarios públicos y privados de primer orden.
- Una comunidad de extranjeros activos residentes en las Islas que facilitan una inmersión cultural no traumática.
- Accesibilidad: micro-destinos concienciados y adaptados a perfiles adultos.
- Estándares europeos y moneda única.
- Seguridad personal y jurídica.
- Ritmo de vida desenfadado.
- Cultura y tradición canaria preservadas que alimentarán a un perfil curioso y culto.

- Y una conectividad aérea directa con las principales ciudades europeas.

El **territorio base de comunicación** es el **‘cambio vital’**:

Viajar durante uno o dos meses es más que un viaje. Es un cambio de vida. Ya no va de disfrute puntual o ‘turisteo’. Es una inmersión en la cultura y el estilo de vida local, donde uno se adapta y aprende a vivir de manera diferente. Es una desconexión de nuestros orígenes, encontrándonos en un sitio nuevo, haciendo cosas que serían impensables en casa. Es empezar una nueva vida, con un lienzo en blanco de oportunidades delante de nosotros. Porque estar mucho tiempo de viaje ya no es viajar, es un cambio de vida.

El **eje global de comunicación en el segmento** es:

‘TAKE A LIFE BREAK
in the best climate in the world’
‘UN PARÉNTESIS VITAL
en el mejor clima del mundo’

FASE CUSTOMER JOURNEY:	<p>Consideraremos que el cliente tiene un ‘customer journey’ en su relación con nuestro producto definido en las siguientes 6 fases:</p> <ul style="list-style-type: none">- Inspiración.- Descubrimiento.- Compra.- Planificación.- Viaje.- Vuelta a casa.
CALENDARIO:	Se establecerá por el aspirante en el flujo de trabajo propuesto.
PRESUPUESTO:	600.000€
NOTA ADICIONAL:	Los aspirantes serán libres de establecer supuestos o situaciones concretas que no estén definidas en este Brief con el objetivo de concretar su ejercicio, siempre y cuando no contravengan o sean incoherentes con lo definido, a juicio del tribunal.

ANEXO II

RELACIÓN DE ASPIRANTES ADMITIDOS DEFINITIVAMENTE QUE PASAN A LA FASE DE VALORACIÓN Y A LA REALIZACIÓN DE LA PRUEBA DE CONOCIMIENTOS ¹

NÚM EXPEDIENTE	INICIALES	NIF	PUESTO
EXP-PROMOTURRRHH2-0118-2023	A.B.S.	*****399N	07. Técnico de márketing de segmentos específicos
EXP-PROMOTURRRHH2-0178-2023	D.M.G.	*****754H	07. Técnico de márketing de segmentos específicos
EXP-PROMOTURRRHH2-0104-2023	F.D.J.	*****905F	07. Técnico de márketing de segmentos específicos
EXP-PROMOTURRRHH2-0161-2023	E.F.G.	*****477B	07. Técnico de márketing de segmentos específicos
EXP-PROMOTURRRHH2-0107-2023	C.S.G.	*****807G	07. Técnico de márketing de segmentos específicos
EXP-PROMOTURRRHH2-0097-2023	M.G.D.	*****065P	07. Técnico de márketing de segmentos específicos

¹ Conforme a la Resolución del Director-Gerente de 04 de mayo de 2023, y publicada en la web institucional de Promotur Turismo Canarias S.A, por la que se aprueba el listado definitivo de candidaturas admitidas y excluidas, y de las admitidas, las que se someten a la Fase de evaluación, y, así, al desarrollo de la Prueba de Conocimientos establecida en la Base Sexta, apartado 1º de las que regulan este proceso selectivo.