



Turismo de
Islas Canarias
**PLAN DE
ACTUACIÓN**
2023

El presente documento recoge las actuaciones a desarrollar por PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A. (en adelante, Turismo de Islas Canarias) durante el año 2023 para la implementación operativa del marco estratégico de la sociedad definido en su Instrumento de Planificación Estratégica (IPE) 2022-2024 con el propósito de impulsar la transformación del modelo turístico canario para la mejora de su resiliencia, el incremento de su compromiso con la neutralidad climática y la potenciación de su capacidad de generar valor en favor de la economía y los ciudadanos de Canarias.

ÍNDICE

1. MARCO ESTRATÉGICO
2. ÁREAS DE ACTIVIDAD
 - 2.1. Área de mejora de la oferta
 - 2.2. Área de generación de demanda y comunicación
 - 2.3. Área de gestión de la demanda
 - 2.4. Área de soporte
3. PRESUPUESTO

1. MARCO ESTRATÉGICO

El marco estratégico de actuación de Turismo de Islas Canarias se define en el Instrumento de Planificación Estratégica (IPE) 2022-2024 de la sociedad, que a su vez desarrolla y formaliza la estrategia Canarias Destino comenzada a implementar en 2021 en aras de adecuar su actividad al contexto de máxima incertidumbre derivado del cero turístico provocado por la crisis sanitaria del Covid 19.

Este escenario crítico, unido al creciente impacto que los profundos cambios que venía afrontando la industria turística global (provocados por la irrupción de nuevas motivaciones en el consumo turístico y la creciente complejidad competitiva producto de la aparición de nuevos destinos, productos y modelos de comercialización) reclamaba un nuevo enfoque de actuación que optimizara la contribución de Turismo de Islas Canarias a la necesaria transformación del modelo turístico del Archipiélago.

Nace así, ante el reto de contribuir al mantenimiento de la competitividad del modelo turístico canario a través de su transformación, un nuevo marco estratégico con el objetivo de alinear de manera eficiente sus recursos y actividades en torno a su nuevo propósito, definido a partir de la identificación de tres objetivos estratégicos:

- Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario, incrementando su capacidad de prevención y adaptación ante un contexto de cambio.
- 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 propios turistas y residentes y el futuro del turismo canario en su conjunto.
- Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias haciendo que el resto de sectores económicos 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 y potenciando su capacidad de innovación.

Además, el propio marco estratégico establece 8 ocho ejes transversales de actuación a fin de estructurar la totalidad de la actividad a desarrollar por

Turismo de Islas Canarias a medio plazo, a su vez ordenada en las áreas, programas y planes cuyo despliegue a nivel operativo para el año 2023 es el objeto de este Plan de Actuación.

EJES DE ACTUACIÓN	
Eje 1: El liderazgo digital	<p>La 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.</p> <p>Alcanzar este liderazgo implica la adopción de los nuevos modelos de negocio de las plataformas digitales, el despliegue de todo tipo de capacidades tecnológicas en ámbitos como la Inteligencia Artificial, el Internet de las Cosas (IoT) y las denominadas Smart Cities y, en especial, la creación y potenciación de una plataforma digital única orientada a la organización y potenciación del ecosistema turístico canario en su globalidad, facilitando visibilidad, oportunidades de comercialización, acceso a proveedores, mejora de procesos, e inteligencia de negocio a todo el sector turístico canario. Aumentar el componente local del turismo canario y ofrecer herramientas para la mejora en el control de la huella de carbono de la actividad turística, además de otras funcionalidades, con el fin de promover, el intercambio de datos e información relevante son otros de los objetivos del proyecto.</p>
Eje 2: La conexión directa con el visitante	<p>El corazón de toda actividad turística se concentra en los deseos y las emociones de los turistas. Si no se desarrollan capacidades para ser relevantes en ese delicado territorio de intangibles, ninguna estrategia podrá compensarlo. Por eso, establecer y desarrollar con ellas una conexión directa, que nos permita conocer y responder a sus intereses y expectativas, es un objetivo irrenunciable.</p> <p>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 y permita, de una manera directa, incrementar el conocimiento de los intereses y expectativas de las personas que valoran Canarias para sus vacaciones.</p>
Eje 3: La gestión del conocimiento	<p>El acceso a la información y la transformación de esta en valor es una poderosa herramienta competitiva. "La información es poder" es una expresión de renovada actualidad a medida que la tecnología acelera los procesos de captación y explotación de datos. Desde un enfoque abierto y transparente, abierto a la colaboración y compartición, es necesario convertir la inteligencia turística en una fortaleza.</p>
Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	<p>El liderazgo internacional alcanzado por las Canarias debe mucho a las excepcionales condiciones naturales y climáticas de las Islas, pero también a la visión de muchas personas y organizaciones con espíritu emprendedor. Ahora, en un contexto tan cambiante, este carácter innovador y creativo es más necesario que nunca.</p> <p>La participación activa de institutos de innovación, universidades y resto de entidades del ecosistema de innovación de Canarias, además de profesionales y expertos, y la implicación y movilización del talento de la sociedad canaria enriquecerá el proceso de transformación del modelo turístico de las Islas.</p>

EJES DE ACTUACIÓN

<p>Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor</p>	<p>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 y territorios, hará más competitivo y sostenible al turismo canario y a toda la economía de las Islas como consecuencia de su capacidad tractora. Y será más atractivo para sus potenciales visitantes porque el "componente canario" incrementa la autenticidad de la experiencia turística.</p>
<p>Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante</p>	<p>Frente a una situación de alta incertidumbre, es necesario asumir un escenario de cambio constante y potenciar las capacidades de adaptación a partir de la anticipación de tendencias internacionales y la formación en competencias y habilidades de gestión del cambio y la flexibilización de todos nuestros operativos.</p>
<p>Eje 7: El empoderamiento del destino</p>	<p>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 es superar esa dicotomía para alcanzar un mayor grado de control de todo el proceso productivo turístico desde la confluencia y la cooperación con el resto de agentes implicados.</p>
<p>Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada</p>	<p>La diversidad del archipiélago es una fortaleza que ha contribuido decididamente a su trayectoria de éxito como destino turístico. Pero, si no se gestiona con inteligencia, la diversidad puede conllevar también dispersión de esfuerzos, derroche de recursos e ineficiencias. La cogobernanza y la colaboración son las herramientas a impulsar para evitar estos riesgos sin menoscabo del valor de nuestra diversidad.</p>

2. ÁREAS DE ACTIVIDAD

La planificación operativa formulada en el presente Plan se declina a través de un mapa de aplicación ordenado a partir de sus distintas áreas de actividad. Cada una de estas áreas se declina en distintos programas, que a su vez se dividen en planes. Los niveles correspondientes a las áreas, programas y planes corresponden al nivel estratégico por su vinculación directa al nuevo propósito de la entidad y sus objetivos estratégicos y sus distintos ejes de actuación. A partir de cada uno de los planes se despliegan, en el nivel operativo, proyectos y otras actuaciones.

2.1. Área de mejora de la oferta

Están comprendidas en este área de actividad todas las actuaciones cuyo objetivo es impulsar mejoras en la oferta turística de las Islas Canarias, entendida esta como el conjunto de recursos, infraestructuras, servicios, productos y experiencias que se localizan en el destino.

2.2. Área de generación de demanda y comunicación

El área de generación de demanda y comunicación comprende todas aquellas actuaciones dirigidas a captar visitantes y/o a promover el consumo por parte de ellos de productos, servicios y experiencias durante las etapas de soñar, descubrir, reservar y planificar del viaje del turista. Estas actuaciones se desarrollan tanto de manera directa y personalizada al turista actual o potencial como a través de turoperadores, OTAs y agencias de viaje en origen. Asimismo, el área incluye las actividades de comunicación corporativa, responsabilidad social y gestión de crisis.

2.3. Área de gestión de la demanda

Comprende el área de gestión de la demanda todas las actuaciones cuyo objetivo es identificar y explotar las oportunidades de captación valor para el modelo turístico canario a partir de las relaciones que se establecen entre las empresas turísticas (y no turísticas) y los turistas en las etapas de reservar, planificar, viajar, recomendar y recordar del viaje del turista.

2.4. Área de soporte

Comprende el área de soporte todas las actuaciones cuyo objetivo es proveer de infraestructura y demás servicios de soporte al resto de áreas y, en los términos que se determinen, a la industria turística canaria.

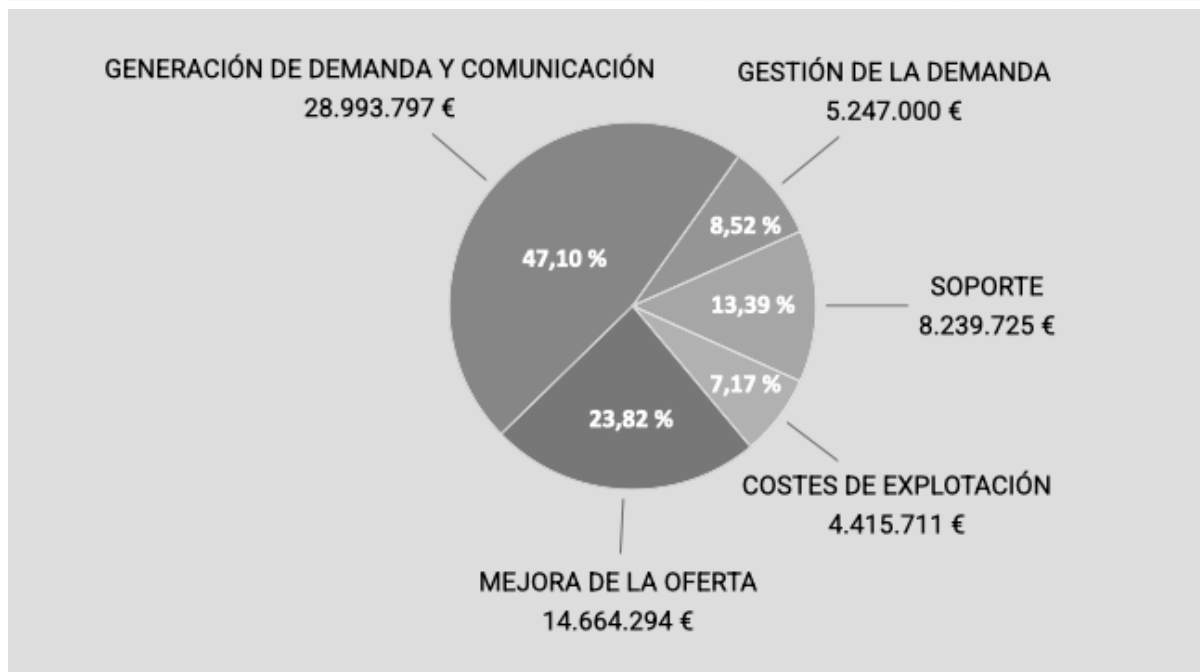
PROGRAMAS Y PLANES DE ACTUACIÓN POR ÁREAS DE ACTIVIDAD	
ÁREA DE MEJORA DE LA OFERTA	
1. Programa de sostenibilidad ambiental	01. Plan de acción climática 02. Plan de sensibilización
2. Programa de mejora de producto turístico	03. Hub de innovación 04. Plan de apoyo a la organización de eventos en destino 05. Plan de gestión de proyectos de mejora de producto
ÁREA DE GENERACIÓN DE DEMANDA Y COMUNICACIÓN	
3. Programa de promoción al cliente final	06. Plan de promoción sol y playa + 07. Plan de promoción de producto turístico 08. Plan de promoción a segmentos específicos
4. Programa de promoción al profesional	09. Plan de promoción al profesional
5. Programa de comunicación corporativa y responsabilidad social	10. Plan de comunicación corporativa 11. Plan de responsabilidad social y gestión de crisis
ÁREA DE GESTIÓN DE LA DEMANDA	
6. Programa de comercialización lado del proveedor	12. Plan de gestión 13. Plan de gestión de on-boarding de empresas y entidades intermedias 14. Plan de gestión de on-boarding de entidades de promoción insulares

PROGRAMAS Y PLANES DE ACTUACIÓN POR ÁREAS DE ACTIVIDAD

7. Programa de comercialización lado del turista	<ul style="list-style-type: none"> 15. Plan de gestión de medios propios 16. Plan de atención al turista 17. Plan de comunicación en destino 18. Plan de fidelización 19. Plan de gestión de proyectos de mejora de la experiencia de cliente
ÁREA DE SOPORTE	
8. Programa de digitalización y tecnología	<ul style="list-style-type: none"> 20. Plan de infraestructuras 21. Plan de consultoría y desarrollo de soluciones
9. Programa de mejora de la conectividad	<ul style="list-style-type: none"> 22. Plan de incentivos a la mejora de la conectividad 23. Plan de fomento de la conectividad
10. Programa de inteligencia turística y planificación	<ul style="list-style-type: none"> 24. Plan de gestión de proyectos de inteligencia turística 25. Plan de gestión de proyectos de planificación estratégica

3. PRESUPUESTO

PRESUPUESTO 2023		
ÁREAS DE ACTIVIDAD	PRESUPUESTO	%
Área de mejora de la oferta	14.664.294 €	23,82 %
Área de generación de demanda y comunicación	28.993.797 €	47,10 %
Área de gestión de la demanda	5.247.000 €	8,52 %
Área de soporte	8.239.725 €	13,39 %
COSTES DE EXPLOTACIÓN	PRESUPUESTO	
Costes de personal	3.440.548 €	5,59 %
Otros costes de explotación	975.163 €	1,58 %
TOTAL PRESUPUESTO 2023	61.560.527 €	100,00 %



PROGRAMAS / PLANES 1/3

ÁREA DE MEJORA DE LA OFERTA	
PROGRAMAS / PLANES	PRESUPUESTO
1. Programa de sostenibilidad ambiental	1.984.294 €
01. Plan de acción por el clima	510.000 €
02. Plan de sensibilización	1.474.294 €
2. Programa de mejora de producto turístico	12.680.000 €
03. Hub de innovación	2.080.000 €
04. Plan de apoyo a la organización de eventos en destino	10.000.000 €
05. Plan de gestión de proyectos de mejora de producto	600.000 €
TOTAL ÁREA DE MEJORA DE LA OFERTA	14.664.294 €

ÁREA DE GENERACIÓN DE DEMANDA Y COMUNICACIÓN	
PROGRAMAS / PLANES	PRESUPUESTO
3. Programa de promoción al cliente final	23.561.065 €
06. Plan de promoción sol y playa +	13.360.500 €
07. Plan de promoción de producto turístico	4.840.565 €
08. Plan de promoción a segmentos específicos	5.360.000 €
4. Programa de promoción al profesional	3.570.000 €
09. Plan de promoción al profesional	3.570.000 €
5. Programa de comunicación corporativa y responsabilidad social	1.862.732 €
10. Plan de comunicación corporativa	1.692.732 €
11. Plan de responsabilidad social y gestión de crisis	170.000 €
TOTAL ÁREA DE GENERACIÓN DE DEMANDA Y COMUNICACIÓN	28.993.797 €

PROGRAMAS / PLANES 2/3	
ÁREA DE GESTIÓN DE LA DEMANDA	
PROGRAMAS / PLANES	PRESUPUESTO
6. Programa de comercialización lado proveedor	890.000 €
12. Plan de gestión	180.000 €
13. Plan de gestión de on-boarding de empresas y entidades intermedias	610.000 €
14. Plan de gestión de on-boarding de entidades de promoción insulares	100.000 €
7. Programa de comercialización lado turistas	4.357.000 €
15. Plan de gestión de medios propios	500.000 €
16. Plan de atención al turista	360.000 €
17. Plan de comunicación en destino	812.000 €
18. Plan de fidelización	2.285.000 €
19. Plan de gestión de proyectos de mejora de la experiencia de cliente	400.000 €
TOTAL ÁREA GESTIÓN DE LA DEMANDA	5.247.000 €

PROGRAMAS / PLANES 3/3	
ÁREA DE SOPORTE	
PROGRAMAS / PLANES	PRESUPUESTO
8. Programa de digitalización y tecnología	4.113.225 €
20. Plan de infraestructuras	642.750 €
21. Plan de consultoría y desarrollo de soluciones	3.470.475 €
9. Programa de mejora de la conectividad	1.737.500 €
22. Plan de incentivos a la mejora de la conectividad	1.400.000 €
23. Plan de fomento de la conectividad	337.500 €
10. Programa de inteligencia turística y planificación	2.389.000 €
24. Plan de gestión de proyectos de inteligencia turística	389.000 €
25. Plan de gestión de proyectos de planificación	2.000.000 €
TOTAL ÁREA DE SOPORTE	8.239.725 €

COSTES DE EXPLOTACIÓN	
Costes de personal	3.440.548 €
Otros costes de explotación	975.163 €
TOTAL COSTES DE EXPLOTACIÓN	4.415.711 €