

Turismo de Islas Canarias PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO 2022-2023

El presente documento formula la estrategia básica de actuación a desarrollar por PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A. (en adelante, Turismo de Islas Canarias) durante el periodo 2022-2023 con el objetivo 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. ANTECEDENTES

- 1.1. Una crisis inédita
- 1.2. Un contexto de máxima incertidumbre
- 1.3. La urgencia de un nuevo enfoque de actuación
- 1.4. La necesidad de un nuevo marco estratégico

2. UN NUEVO PROPÓSITO PARA TURISMO DE ISLAS CANARIAS

3. OBJETIVOS

- 3.1. Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario
- 3.2. Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria
- 3.3. Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias

4. EJES DE ACTUACIÓN

- 4.1. Eje 1: El liderazgo digital
- 4.2. Eje 2: La conexión directa con el visitante
- 4.3. Eje 3: La gestión del conocimiento
- 4.4. Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología
- 4.5. Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor
- 4.6. Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante
- 4.7. Eje 7: El empoderamiento del destino
- 4.8. Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada

5. PROGRAMAS DE ACTUACIÓN

- 5.1. Área de mejora de la oferta turística
- 5.2. Área de generación de demanda
- 5.3. Área de gestión a la demanda
- 5.4. Programas y planes de actuación por áreas de actividad

1. ANTECEDENTES

1.1 Una crisis inédita

Desde el primer trimestre de 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 y que ha tenido continuidad en 2021. A comienzos de este año, tras 12 meses desde el inicio de la pandemia y el cero turístico consiguiente, la mayor parte de los mercados turísticos se encontraban en cuarentena y con fuertes restricciones a la movilidad.

Lamentablemente, las positivas expectativas levantadas en el primer trimestre del 2021, a partir de la aprobación por la Agencia Europea del Medicamento de las vacunas de Pfizer, Moderna y AstraZeneca y el inicio de la campaña de vacunación, no resultaron del todo acertadas. La variante Delta y su rápida propagación dio paso a una segunda oleada de la pandemia con graves efectos sobre los sistemas de salud y las personas. En Canarias, esta nueva “ola” impidió la prevista recuperación de la actividad durante el primer semestre del año.

En junio surge el certificado digital, destinado a facilitar la libre circulación entre los países europeos, y la vacunación comienza a alcanzar a un alto porcentaje de la población europea (en Europa, el 70% de las personas adultas están ya vacunadas en agosto de 2021). Gracias a ello, las restricciones a viajar comienzan a levantarse, aunque con la permanencia de una alta incertidumbre sanitaria.

En Canarias, el mercado interno y el peninsular, además del proveniente de Francia, Bélgica e Italia permite vislumbrar una efectiva reactivación a partir del mes de julio y agosto, alcanzando una recuperación del 70% respecto al mismo periodo de 2019, de la mano del mercado peninsular, francés, belga e italiano, junto a la buena respuesta del alemán.

En otoño, Europa vuelve a ser el epicentro de la pandemia. Los casos de covid-19 se disparan de nuevo en países como Alemania y surge en Sudáfrica una nueva variante, denominada Ómicron, que muy pronto se extiende por el mundo. Sin embargo, en el Archipiélago las repercusiones turísticas son limitadas y se prolonga la reactivación en el último trimestre del año.

En consecuencia, el turismo canario, que había perdido en 2020 más de la mitad de su volumen de negocio respecto del año anterior, reduciendo su contribución a la economía canaria al 17,8%, desde el 33% de 2019, terminó 2021 con indicadores mejorados. Al finalizar el año, la recuperación había alcanzado el 57% del PIB turístico, con una facturación de 8.834 millones de euros, respecto a último ejercicio pre-pandémico, cuando alcanzó los 15.597 millones de euros.

1.2 Un contexto de máxima incertidumbre

La gravedad y duración de la emergencia sanitaria provocada por la Covid-19 ha sido, sin lugar a dudas, el factor con mayor incidencia histórica en el devenir del turismo canario. Sin embargo, más allá de la crisis sanitaria, sus importantes retos de futuro que, derivados de cambios significativos que ya venían vislumbrándose en el pasado y que la pandemia ha acelerado en gran medida, no pueden soslayarse.

A modo ilustrativo, resulta adecuado mencionar la quiebra del turoperador Thomas Cook, ocurrida en septiembre de 2019, antes de que se desatase el cero turístico en marzo del año siguiente. Una manifestación de la transformación, ya consolidada, que los nuevos modelos de negocio apoyados en la digitalización estaban provocando en la industria turística mundial.

Existe un generalizado consenso sobre que estamos ante un nuevo ciclo turístico. Una evolución en parte aplazada, pero también acentuada, por la profunda crisis turística que hemos vivido. Ya en los años 2018 y 2019, el número de visitantes a las Islas se había reducido respecto a 2017, año récord en el que se alcanzó una cifra muy cercana a los 16 millones de turistas. Más allá de razones coyunturales, también es posible encontrar, tras estos datos de decrecimiento, ciertas muestras de la dificultad de adaptación del modelo turístico canario a un entorno cambiante determinado por las nuevas motivaciones de los turistas, la aparición de nuevos destinos y nuevas ofertas en forma de productos turísticos innovadores o las nuevas formas de comercialización.

La competitividad futura del turismo canario dependerá de su capacidad de adaptación a esta nueva realidad y a los factores de cambio que la definirán y que pueden ordenarse en tres grupos diferenciados. aunque interconectados:

- Cambios en los hábitos de comportamiento de los turistas, que buscan experiencias más auténticas y diferenciadoras, pero con una creciente preocupación por su impacto medioambiental.
- Cambios en la consideración del impacto del turismo en el territorio, la economía y la sociedad que lo desarrolla, que exige una mayor generación de valor en términos de retorno y respeto a su identidad y su equilibrio medioambiental y una más amplia soberanía sobre el destino.
- Cambios en el modelo de negocio turístico global, con la transformación digital como principal factor desencadenante y la aparición de nuevos segmentos y nichos de mercado.

1.3 La urgencia de un nuevo enfoque de actuación

Esta situación de crisis inédita y máxima incertidumbre obligó a Turismo de Islas Canarias a desarrollar de manera urgente un nuevo enfoque de actuación, todavía en el marco de su Plan de Marketing Estratégico 2018-2022, con el objetivo de optimizar su contribución a la actividad turística de las Islas en el contexto de máxima incertidumbre en el que esta se encontraba. Un contexto que ha obligado, desde entonces, a una reformulación estratégica de Turismo de Islas Canarias como agente dinamizador del ecosistema turístico público-privado de las Islas.

Desde un primer momento, este nuevo enfoque incluyó, necesariamente, una reformulación profunda del que venía siendo su desempeño principal, la promoción turística, pero también la extensión de su actividad a otros ámbitos, de manera directa o en apoyo técnico y operativo a medidas puestas en marcha desde la Consejería de Turismo, Industria y Comercio de Canarias.

Dos fueron las principales líneas de actuación de este enfoque predefinido. A corto plazo y con una perspectiva reactiva, Canarias Fortaleza, que posibilitó la puesta en marcha de distintas iniciativas como el viaje “Destino Seguro” de la Organización Mundial del Turismo, la definición de protocolos y medidas de seguridad sanitaria y múltiples acciones en el ámbito de los medios de comunicación internacionales y redes sociales. El proyecto Canarias Fortaleza, orientado a la priorización de la seguridad sanitaria en toda la cadena de valor turística de las Islas, permitió difundir en los distintos mercados turístico de origen

el compromiso de Canarias con la seguridad sanitaria con el doble objetivo de promover el establecimiento de garantizar la seguridad sanitaria en el destino y transmitir una imagen responsable, asociada a múltiples atributos positivos como destino turístico seguro para Europa.

Por otro lado, desde una perspectiva proactiva con la mirada ya puesta en el medio plazo, se asumió la definición y puesta en marcha de Canarias Destino, una nueva estrategia, que pudiera ser compartida por los agentes económicos implicados y la ciudadanía, para dar respuesta al nuevo ciclo al que se enfrenta la industria turística a través de la transformación del modelo turístico canario. Modelo caracterizado tradicionalmente, por, entre otros elementos, amplias escalas de producción y volumen, asociado a márgenes comerciales relativamente estrechos y escaso uso del conocimiento, madurez en un entorno cambiante, debilidad de los impactos económicos en otros sectores y problemas de gobernanza de los destinos¹

Ambas iniciativas, Canarias Fortaleza y Canarias Destino, permitieron articular, para 2021, un Plan de Actuación específico y transitorio para Turismo de Islas Canarias adaptado al contexto en ese periodo, pero sin olvidar la construcción de las referencias para la competitividad futura del turismo canario.

1.4 La necesidad de un nuevo marco estratégico

2022 se plantea como un periodo crucial no solo para el turismo canario, que afronta su reactivación todavía desde la incertidumbre y con muchos y exigentes retos transformadores por delante. También para Turismo de Islas Canarias, que necesita culminar y formalizar la redefinición de su propio propósito, ya avanzada a través de la estrategia Canarias Destino y el Plan de Actuación 2021, y la alineación eficiente de sus recursos y actividades en función de su nuevo y justificado papel como instrumento catalizador de la pretendida e imprescindible transformación del modelo turístico de las Islas.

Es necesario considerar que, en el pasado, Turismo de Islas Canarias ha venido desarrollando su actividad con una orientación centrada muy principalmente en la promoción turística en los mercados de origen, facilitada por las oportunidades

¹Hernández, M. 2016. Impactos Económicos del Turismo. Plan de Marketing Estratégico 2018-2022. Turismo de Islas Canarias.

que la progresiva digitalización de los procesos de comunicación segmentada permitía. Además, el fomento de la mejora de la conectividad aérea y los proyectos de inteligencia turística han sido otras líneas de actuación significativas.

Este enfoque, acotado a las excelentes oportunidades de explotación² que proporcionaban la posición competitiva del destino y la marca Islas Canarias y el contexto de crecimiento global de la industria turística, resulta hoy claramente insuficiente.

El contexto actual y futuro es otro muy distinto, mucho más complejo, y la necesidad y oportunidad de que Turismo de Islas Canarias asuma nuevas funciones, tal como ha hecho en los dos últimos años en cumplimiento de la estrategia Canarias Destino, resulta más que suficientemente acreditada ante el reto imperativo de contribuir al mantenimiento de la competitividad del modelo turístico canario y convertirse en un instrumento transformador eficaz.

Estas nuevas funciones están orientadas por los siguientes criterios definitorios con potencial para optimizar el impacto de su actividad:

- Ampliación a todo el proceso de consumo turístico completo (cadena de valor turística global) con una perspectiva integral, no centrada específicamente en la promoción o en la generación de demanda. Los ámbitos de gestión de la demanda y de la oferta constituyen hoy espacios de cooperación estrechamente vinculados a la competitividad del destino y a su transformación.
- Orientación en función de las distintas etapas del customer journey del turista, y no solo en la parte alta del funnel de marketing. La atención a todas las etapas del customer journey turístico (soñar, descubrir, reservar, planificar, viajar, recomendar, recordar) crece en importancia en el ciclo post-Covid, en el que viaje del turista se prevé, por ahora, más lineal, secuencial y pausado. Así, se diluye la anticipación, se incrementa la volatilidad en las primeras etapas y surgen barreras emocionales, producto de la falta de certezas...
- Potenciación de la colaboración público-privada y público-pública en todas las actuaciones para evitar dispersión de esfuerzos, derroche de recursos e ineficiencias y optimizar su impacto como agente dinamizador y transformador del ecosistema turístico canario.

²De 2010 a 2017, Canarias incrementó el número de visitantes extranjeros en un 53%.
Fuente: FRONTUR.

2. UN NUEVO PROPÓSITO PARA TURISMO DE ISLAS CANARIAS

La nueva realidad conformada por los mencionados factores de cambio en los hábitos de comportamiento de los turistas como consumidores, en la consideración del impacto del turismo en el territorio y en el modelo de negocio turístico global y su transformación digital, junto a la pandemia y al complejo proceso de reactivación como elementos de aceleración de toda esta transformación, determina para Turismo de Islas Canarias la actualización de su propósito como organización, incorporando una visión ampliada de su papel como instrumento de fomento de la actividad turística.

Descriptivo de la misión de Turismo de Islas Canarias recogida en el Plan de Marketing Estratégico 2018-2022:

“Aportar valor al ecosistema turístico canario en la construcción de un modelo competitivo y sostenible en el tiempo a través del diseño y ejecución de actuaciones dirigidas a atraer turistas a sus distintos destinos insulares y a promover su repetición y prescripción”.

Nuevo propósito de Turismo de Islas Canarias:

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

3. OBJETIVOS

Ante el reto de contribuir al mantenimiento de la competitividad del modelo turístico canario a través de su transformación, el marco estratégico de actuación de Turismo de Islas Canarias para los años 2022 y 2023 se conforma a partir de tres grandes objetivos estratégicos:

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.

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.

Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía 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 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.

OBJETIVOS

Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario

Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria

Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias

4. EJES DE ACTUACIÓN

El presente plan formula la estrategia de actuación de Turismo de Islas Canarias en torno a ocho ejes transversales de actuación que alcanzan a todos sus programas, planes y proyectos.

Eje 1: El liderazgo digital

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.

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.

Eje 2: La conexión directa con el visitante

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.

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.

Eje 3: La gestión del conocimiento

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.

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

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.

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.

Eje 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 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.

Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante

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.

Eje 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 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.

Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada

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.

EJES DE ACTUACIÓN	
Eje 1: El liderazgo digital	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor
Eje 2: La conexión directa con el visitante	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante
Eje 3: La gestión del conocimiento	Eje 7: El empoderamiento del destino
Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada

5. PROGRAMAS DE ACTUACIÓN

La estrategia formulada en el presente Plan se declina a través de un mapa de aplicación ordenado a partir de sus tres áreas de actividades clave y una cuarta área de actividades de soporte:

- Área de mejora de la oferta
- Área de generación de demanda
- Área de gestión de la demanda
- Área de soporte

Cada una de estas áreas se declina en distintos programas, que a su vez se declinan en planes, y estos, en proyectos. Los proyectos corresponden al nivel de gestión táctica y/u operativa. Por su parte, los niveles correspondientes a las áreas, programas y planes corresponde al nivel estratégico por su vinculación directa al nuevo propósito de la entidad, sus objetivos y sus distintos ejes de actuación.

5.1 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 o que facilitan el acceso al mismo a sus visitantes.

Corresponden al área de mejora de la oferta los siguientes programas de actuación:

- Programa de mejora de la conectividad
- Programa de sostenibilidad ambiental
- Programa de mejora de producto turístico

5.1 Área de generación de demanda

El área de generación de demanda 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.

Corresponden al área de generación de demanda los siguientes programas de actuación:

- Programa de promoción dirigido al cliente final
- Programa de promoción dirigido al profesional

5.3 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.

Corresponden al área de gestión de la demanda los siguientes programas de actuación:

- Programa de comercialización lado proveedor
- Programa de comercialización lado turista

5.4 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.

Corresponden al área de soporte los siguientes programas de actuación:

- Programa de digitalización y tecnología
- Programa de inteligencia turística y planificación
- Programa de comunicación corporativa, relaciones institucionales y gestión de crisis

5.4 PROGRAMAS Y PLANES DE ACTUACIÓN POR ÁREAS DE ACTIVIDAD

ÁREA DE MEJORA DE LA OFERTA	
1. Programa de mejora de la conectividad	01. Plan de incentivos a la mejora de la conectividad 02. Plan de fomento de la conectividad
2. Programa de sostenibilidad ambiental	03. Plan de acción climática 04. Plan de sensibilización
3. Programa de mejora de producto turístico	05. Hub de innovación 06. Plan de apoyo a la organización de eventos en destino 07. Plan de gestión de proyectos de mejora de producto
ÁREA DE GENERACIÓN DE DEMANDA	
4. Programa de promoción al cliente final	08. Plan de promoción sol y playa + 09. Plan de promoción de producto turístico 10. Plan de promoción segmentos específicos 11. Plan de promoción a través de medios propios
5. Programa de promoción al profesional en origen	12. Plan de promoción al profesional en origen
ÁREA DE GESTIÓN DE LA DEMANDA	
6. Programa de comercialización lado proveedor	13. Plan de gestión 14. Plan de gestión del <i>on-boarding</i> empresas y entidades intermedias 15. Plan de gestión del <i>on-boarding</i> entidades de promoción e instituciones
7. Programa de comercialización lado cliente	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	20. Plan de infraestructuras 21. Plan de consultoría y desarrollo de soluciones
9. Programa de inteligencia turística y planificación	22. Plan de gestión de proyectos de inteligencia turística 23. Plan de gestión de proyectos de planificación
10. Programa de comunicación corporativa, RRH y gestión de crisis	24. Plan de comunicación corporativa y relaciones institucionales 25. Plan de gestión de crisis

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN						PLAN 01	
PLAN		Plan de incentivos a la mejora de la conectividad					
PROGRAMA		Programa de mejora de la conectividad					
ÁREA		Área de mejora de la oferta					
AGENTES IMPLICADOS							
	Sector en destino		Sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público		Entidades intermedias		Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino		Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar		Reservar		Viajar		Recordar
	Descubrir		Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 01
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
	Eje 1: El liderazgo digital	
	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
	Eje 3: La gestión del conocimiento	
	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
●	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
●	Eje 7: El empoderamiento del destino	
●	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de incentivos de mejora de la conectividad es la gestión de distintos instrumentos dirigidos a incentivar la creación y/o el incrementar de vuelos y plazas en línea regular desde los mercados de origen de Islas Canarias, especialmente desde aquellas ciudades y aeropuertos con una oferta más limitada o inexistente.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN						PLAN 02
PLAN		Plan de fomento de la conectividad				
PROGRAMA		Programa de mejora de la conectividad				
ÁREA		Área de mejora de la oferta				
AGENTES IMPLICADOS						
	Sector en destino		Sector en origen	<input type="radio"/>	Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/> Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias		Turistas	Ciudadanía
AUDIENCIA META						
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales de LLAA	
	Turistas en destino		Turistas en origen		Ciudadanía	
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY						
	Soñar		Reservar		Viajar	Recordar
	Descubrir		Planificar		Recomendar	
OBJETIVOS PRINCIPALES						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario					
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria					
	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias					

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 02
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
	Eje 1: El liderazgo digital	
	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
	Eje 3: La gestión del conocimiento	
	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
●	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
●	Eje 7: El empoderamiento del destino	
●	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de fomento de la conectividad es impulsar la mejora de la conectividad aérea de las Islas Canarias a través de la gestión de relaciones con directivos y profesionales de compañías aéreas y otra entidades del sector de la aviación, optimizando el potencial de este tipo de organizaciones como partners de Turismo de Islas Canarias.</p> <p>El plan comprende la realización de campañas y acciones de comunicación, preferentemente push, en todo tipo de medios pagados y ganados, tanto on-line como off-line (CRM, ferias, workshops, acciones especiales...) y otro tipo de proyectos de promoción.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN						PLAN 03	
PLAN		Plan de acción climática					
PROGRAMA		Programa de sostenibilidad ambiental					
ÁREA		Área de mejora de la oferta					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino		Sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias		Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino	<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino		Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar		Reservar		Viajar	Recordar	
	Descubrir		Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 03
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de acción climática es contribuir a alcanzar la neutralidad climática de la actividad turística de Canarias (transporte, infraestructura, alojamientos, actividades, comidas y bebidas, y gestión de residuos) en consonancia con la Agenda 2030 y la Declaración de Glasgow.</p> <p>El Plan está orientado a facilitar la medición de la huella de carbono de la actividad turística mediante la puesta a disposición de metodologías y herramientas específicas y al impulso de su reducción y compensación, así como promover prácticas de economía circular y regeneración y protección de los ecosistemas naturales de las Islas, con el fin de salvaguardar su biodiversidad, la seguridad alimentaria y el suministro de agua.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN				PLAN 04			
PLAN		Plan de sensibilización					
PROGRAMA		Programa de sostenibilidad ambiental					
ÁREA		Área de mejora de la oferta					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino	<input checked="" type="radio"/>	Sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias	<input checked="" type="radio"/>	Turistas	<input checked="" type="radio"/>	Ciudadanía
AUDIENCIA META							
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino	<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales de LLAA		
<input checked="" type="radio"/>	Turistas en destino	<input checked="" type="radio"/>	Turistas en origen	<input checked="" type="radio"/>	Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
<input checked="" type="radio"/>	Soñar	<input checked="" type="radio"/>	Reservar	<input checked="" type="radio"/>	Viajar	<input checked="" type="radio"/>	Recordar
<input checked="" type="radio"/>	Descubrir	<input checked="" type="radio"/>	Planificar	<input checked="" type="radio"/>	Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 04
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de sensibilización es, por un lado, promover conciencia y conocimiento de buenas prácticas y casos de éxito localizados en Canarias entre directivos y profesionales del sector (en origen y en destino) sobre la necesidad de implementar herramientas de medición de la huella de carbono y medidas de reducción y compensación; así como promover prácticas de economía circular con el fin de contribuir a alcanzar la neutralidad climática de la actividad turística de Canarias (transporte, infraestructura, alojamientos, actividades, comidas y bebidas, y gestión de residuos) en consonancia con la Agenda 2030 y la Declaración de Glasgow. Asimismo, tiene por objeto promover conciencia y conocimiento de buenas prácticas y casos de éxito localizados en Canarias entre turistas, en origen y en destino, y entre la ciudadanía de las Islas.</p> <p>El plan comprende la realización de proyectos, eventos, campañas y acciones de sensibilización en todo tipo de medios propios, pagados y ganados, tanto on-line como off-line.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN					PLAN 05		
PLAN		Hub de innovación					
PROGRAMA		Programa de mejora de producto turístico					
ÁREA		Área de mejora de la oferta					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino		Sector en origen		Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias		Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino		Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar		Reservar		Viajar		Recordar
	Descubrir		Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 05
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Hub de innovación es la captación valor para mejora de la oferta turística de Islas Canarias a través de un ecosistema de colaboración e interacción sobre innovación turística y tecnología abierto a la participación de los profesionales del sector de las Islas.</p> <p>Hub de Innovación se articula a partir de una plataforma que actúa de espacio de encuentro para empresas turísticas, pymes de otros sectores, personas emprendedoras, inversores, etc.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN						PLAN 06	
PLAN		Plan de apoyo a la organización de eventos en destino					
PROGRAMA		Programa de mejora de producto turístico					
ÁREA		Área de mejora de la oferta					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino		Sector en origen		Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias		Turistas	<input checked="" type="radio"/>	Ciudadanía
AUDIENCIA META							
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
<input checked="" type="radio"/>	Turistas en destino		Turistas en origen	<input checked="" type="radio"/>	Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar		Reservar	<input checked="" type="radio"/>	Viajar	<input checked="" type="radio"/>	Recordar
	Descubrir	<input checked="" type="radio"/>	Planificar	<input checked="" type="radio"/>	Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 06
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
	Eje 1: El liderazgo digital	
	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
	Eje 3: La gestión del conocimiento	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de apoyo a la organización de eventos en destino es enriquecer y dinamizar la oferta turística de las Islas a través del patrocinio de eventos de interés turístico al objeto de ofrecer al visitante experiencias memorables durante su visita al Archipiélago.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN					PLAN 07
PLAN	Plan de gestión de proyectos de mejora de producto				
PROGRAMA	Programa de mejora de producto turístico				
ÁREA	Área de mejora de la oferta				
AGENTES IMPLICADOS					
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino		Sector en origen	Líneas aéreas	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias	Turistas	Ciudadanía
AUDIENCIA META					
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen	Directivos y profesionales de LLAA	
<input checked="" type="radio"/>	Turistas en destino		Turistas en origen	Ciudadanía	
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY					
	Soñar		Reservar	Viajar	Recordar
	Descubrir		Planificar	Recomendar	
OBJETIVOS PRINCIPALES					
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario				
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria				
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias				

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 07
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
	Eje 1: El liderazgo digital	
	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
	Eje 3: La gestión del conocimiento	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de gestión de proyectos de mejora de producto es contribuir a la mejora de la oferta turística canaria a través del impulso y desarrollo de proyectos de cooperación público-pública o público-privada orientados a la creación de nuevas ofertas adecuadas a los intereses de la demanda turística actual para su enriquecimiento y diversificación.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN					PLAN 08		
PLAN		Plan de promoción Sol y Playa +					
PROGRAMA		Programa de promoción al cliente final					
ÁREA		Área de generación de demanda					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino	<input checked="" type="radio"/>	Sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
	Sector público		Entidades intermedias	<input checked="" type="radio"/>	Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino	<input checked="" type="radio"/>	Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
<input checked="" type="radio"/>	Soñar	<input checked="" type="radio"/>	Reservar		Viajar		Recordar
<input checked="" type="radio"/>	Descubrir	<input checked="" type="radio"/>	Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 08
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN	PLAN 08
DESCRIPCIÓN	
<p>El Plan de promoción Sol y Playa + tiene por objeto la captación de turistas en origen a través de campañas y acciones de comunicación, preferentemente <i>push</i>, en todo tipo de medios pagados y ganados, tanto on-line como off-line (ferias, TV, radio, exterior, acciones especiales...) y otro tipo de proyectos de promoción.</p> <p>Entendemos por “sol y playa +” una tipología de oferta turística que integra y estructura recursos y productos turísticos singulares y una amplia oferta complementaria de calidad en torno a la oferta tradicional de turismo de sol y playa.</p> <p>Las campañas, acciones y proyectos comprendidos en este Plan tienen por objetivo la mejora de la notoriedad y la imagen del destino Islas Canarias en sus distintos mercados de origen, la promoción de la reserva y contratación de servicios y productos turísticos de las Islas, a través de la plataforma de comercialización de Turismo de Islas Canarias o a través de terceros, y la generación de visitas a los medios propios de Turismo de Islas Canarias. El plan contempla también la realización de campañas, acciones y proyectos de co-branding en colaboración con turoperadores, OTAs, agencias de viaje, líneas y otras empresas y entidades.</p> <p>Las actuaciones a desarrollar se dirigen a una tipología de turista potencial que busca disfrutar de sus vacaciones en un entorno de costa con buen clima y opciones de realizar actividades al aire libre con el objetivo de descansar, desconectar de sus rutinas diarias y/o descubrir el destino (segmentación genérica, sin intereses excluyentes en productos concretos y no encuadrados en segmentos específicos).</p>	

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN				PLAN 09			
PLAN		Plan de promoción de producto turístico					
PROGRAMA		Programa de promoción al cliente final					
ÁREA		Área de generación de demanda					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino	<input checked="" type="radio"/>	Sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
	Sector público		Entidades intermedias	<input checked="" type="radio"/>	Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino	<input checked="" type="radio"/>	Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
<input checked="" type="radio"/>	Soñar	<input checked="" type="radio"/>	Reservar		Viajar		Recordar
<input checked="" type="radio"/>	Descubrir	<input checked="" type="radio"/>	Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 09
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 09
PLAN	Plan de promoción de producto turístico	
<p>El Plan de promoción de producto tiene por objeto la promoción en mercados de origen de las Islas Canarias de aquellos recursos y productos turísticos diferenciados que aportan valor singular a la oferta turística de las Islas Canarias: naturaleza, patrimonio histórico y cultural, turismo activo y otros. Todos estos productos constituyen drivers de decisión relevantes durante la toma de decisiones sobre la elección de destino vacacional por parte de los turistas potenciales y/o enriquecen y actualizan, de manera destacada, la oferta turística global del Archipiélago aportando diversidad, carácter experiencial, una mejor adecuación a los nuevos hábitos de consumo turístico y otras externalidades positivas.</p> <p>El plan comprende la realización de campañas y acciones de comunicación, preferentemente push, en todo tipo de medios pagados y ganados, tanto on-line como off-line (TV, radio, exterior, acciones especiales...) y otro tipo de proyectos de promoción.</p> <p>Las campañas, acciones y proyectos comprendidos en este Plan tienen por objetivo la mejora de la notoriedad y la imagen de esos recursos y productos del destino Islas Canarias en sus distintos mercados de origen, la promoción de la reserva y contratación de servicios y productos turísticos vinculados directamente a los mismos, tanto a través de la plataforma de comercialización de Turismo de Islas Canarias como a través de terceros, y la generación de visitas a los medios propios de Turismo de Islas Canarias.</p> <p>Las actuaciones a desarrollar se dirigen a una tipología de turista descubridor, que tiene interés por explorar atractivos distintos de los tradicionalmente asociados a destinos de sol y playa puro, mezclando descanso con el disfrute de experiencias auténticas y/o la prácticas vinculadas a espacios y recursos del destino (segmentación genérica, sin intereses excluyentes en productos concretos y no encuadrados en segmentos específicos).</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN					PLAN 10		
PLAN		Plan de promoción a segmentos específicos					
PROGRAMA		Programa de promoción al cliente final					
ÁREA		Área de generación de demanda					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino	<input checked="" type="radio"/>	Sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
	Sector público		Entidades intermedias	<input checked="" type="radio"/>	Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino	<input checked="" type="radio"/>	Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
<input checked="" type="radio"/>	Soñar	<input checked="" type="radio"/>	Reservar		Viajar		Recordar
<input checked="" type="radio"/>	Descubrir	<input checked="" type="radio"/>	Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 10
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN	PLAN 10
DESCRIPCIÓN	
<p>El Plan de promoción a segmentos específicos tiene por objeto la captación de turistas encuadrados en segmentos concretos en origen a través de la generación de espacios y contenidos especializados en medios propios, el desarrollo campañas y acciones de comunicación, preferentemente <i>push</i>, en todo tipo de medios pagados, tanto on-line como off-line (ferias, TV, radio, exterior, acciones especiales...), así como acciones en medios ganados y otro tipo de proyectos de promoción.</p> <p>Los segmentos específicos que son <i>target</i> de las actuaciones comprendidas en este Plan son, al menos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Segmento Remote Workers Target compuesto por personas cuya motivación de viaje es conocer nuevos lugares mientras teletrabajan y disfrutar de una buena calidad de vida. Para ello, aprovechan la libertad que les da la tecnología. Son profesionales cualificados, con trayectorias laborales poco predecibles, que valoran la calidad de vida y la motivación por encima de la seguridad laboral, deseosos de un ritmo de vida tranquilo y conocer lugares atractivos y enriquecedores. Constituyen un segmento de larga estancia. - Segmento Silver Plus Target compuesto por personas vitales y activas a partir de los 55 años, cualificadas y con nivel cultural medio-alto, retiradas total o parcialmente y con elevados ingresos, interesadas en realizar un cambio vital disfrutando largas temporadas en un destino alejado de su casa. Constituyen un segmento de larga estancia. - Segmento Turismo Deportivo Target compuesto por deportistas profesionales o semi-profesionales y otros miembros de equipos o clubes deportivos como entrenadores y demás técnicos interesados en organizar y desarrollar actividades de entrenamiento y de competición en lugares con condiciones idóneas para sus prácticas. Constituyen un segmento de larga estancia. 	

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN	PLAN 10
DESCRIPCIÓN	
<p>- Segmento Turismo Interno Target compuesto por residentes canarios interesados en la contratación de servicios y productos turísticos tanto en islas distintas de la de su domicilio como en la suya propia.</p> <p>- Segmento LGTBI Target compuesto por personas interesados en disfrutar de sus vacaciones en un entorno de costa, buen clima, libertad y tolerancia que disponga de una amplia oferta <i>lgtbi-friendly</i> (alojamiento ocio nocturno, eventos...).</p> <p>Las campañas, acciones y proyectos comprendidos en este Plan tienen por objetivo la mejora de la notoriedad y la imagen del destino Islas Canarias entre sus distintos mercados de origen, la promoción de la reserva y contratación de servicios y productos turísticos de las Islas, a través de la plataforma de comercialización de Turismo de Islas Canarias o a través de terceros, y la generación de visitas a los medios propios de Turismo de Islas Canarias.</p>	

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN				PLAN 11			
PLAN		Plan de promoción a través de medios propios					
PROGRAMA		Programa de promoción al cliente final					
ÁREA		Área de generación de demanda					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino	<input checked="" type="radio"/>	Sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
	Sector público		Entidades intermedias	<input checked="" type="radio"/>	Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino	<input checked="" type="radio"/>	Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
<input checked="" type="radio"/>	Soñar	<input checked="" type="radio"/>	Reservar		Viajar		Recordar
<input checked="" type="radio"/>	Descubrir	<input checked="" type="radio"/>	Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 11
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El Plan de promoción a través de medios propios tiene por objeto la captación de turistas en origen a través de contenidos, campañas y acciones de comunicación pull en medios propios de Turismo de Islas Canarias, buscadores y redes sociales.</p> <p>Las campañas, acciones y proyectos comprendidos en este Plan tienen por objetivo la mejora de la notoriedad y la imagen del destino Islas Canarias en sus distintos mercados de origen, la promoción de la reserva y contratación de servicios y productos turísticos de las Islas, a través de la plataforma de comercialización de Turismo de Islas Canarias o a través de terceros, y la generación de visitas a los medios propios de Turismo de Islas Canarias.</p> <p>Las actuaciones a desarrollar se dirigen a una tipología de turista potencial que busca disfrutar de sus vacaciones en un entorno de costa con buen clima y opciones de realizar actividades al aire libre con el objetivo de descansar, desconectar de sus rutinas diarias y/o descubrir el destino.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN				PLAN 12			
PLAN		Plan de promoción dirigido a profesionales					
PROGRAMA		Programa de promoción a profesionales en origen					
ÁREA		Área de generación de demanda					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino	<input checked="" type="radio"/>	Sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
	Sector público		Entidades intermedias	<input checked="" type="radio"/>	Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
	Directivos y profesionales del sector en destino	<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino		Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
<input checked="" type="radio"/>	Soñar	<input checked="" type="radio"/>	Reservar		Viajar		Recordar
<input checked="" type="radio"/>	Descubrir	<input checked="" type="radio"/>	Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 12
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
	Eje 1: El liderazgo digital	
	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
	Eje 3: La gestión del conocimiento	
	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
●	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
●	Eje 7: El empoderamiento del destino	
●	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de promoción a profesionales en origen es impulsar la captación de visitantes a través de la gestión de relaciones con directivos y profesionales de turoperadores, OTAs, agencias de viaje y otras empresas y entidades asimilables, optimizando el potencial de este tipo de organizaciones como partners de Turismo de Islas Canarias.</p> <p>El plan comprende la realización de campañas y acciones de comunicación, preferentemente push, en todo tipo de medios pagados y ganados, tanto on-line como off-line (CRM, ferias, workshops, acciones especiales...) y otro tipo de proyectos de promoción.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN						PLAN 13	
PLAN		Plan de gestión					
PROGRAMA		Programa de comercialización lado proveedor					
ÁREA		Área de gestión de la demanda					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino		Sector en origen		Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias		Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino		Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar		Reservar		Viajar		Recordar
	Descubrir		Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 13
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
●	Eje 1: El liderazgo digital	
●	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
●	Eje 3: La gestión del conocimiento	
	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
●	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
●	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
●	Eje 7: El empoderamiento del destino	
●	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de gestión del programa de comercialización es impulsar, coordinar y dinamizar la participación activa de las empresas y entidades en la Plataforma de Destino Turístico Islas Canarias (una vez superados los correspondiente procesos de on-boarding), tanto en el área de marketplace como en el resto de funcionalidades y herramientas del lado proveedor de la Plataforma: CRM, DMP, directorio, brand centre, cuadro de mando...</p> <p>El plan comprende la dinamización de la propia plataforma, realización de proyectos de atención al usuario profesional, gestión de comunicaciones, etc. con la finalidad de aportar visibilidad, oportunidades de comercialización, acceso a proveedores locales, mejora de procesos e inteligencia de negocio a todas las empresas y entidades participativas.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN						PLAN 14	
PLAN		Plan de gestión del <i>on-boarding</i> de empresas y entidades intermedias					
PROGRAMA		Programa de comercialización lado proveedor					
ÁREA		Área de gestión de la demanda					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino		Sector en origen		Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias		Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino		Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar		Reservar		Viajar		Recordar
	Descubrir		Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 14
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de Plan de gestión del <i>on-boarding</i> de empresas y entidades intermedias es promover su participación en la Plataforma de Destino Turístico Islas Canarias y asesorarlas y acompañarlas en su proceso de integración en función de su grado de madurez digital.</p> <p>El plan comprende todo tipo de acciones y proyectos de captación y consultoría, incluida la realización de campañas y acciones de comunicación, preferentemente push, en todo tipo de medios pagados y ganados, tanto on-line como off-line (CRM, ferias, workshops, acciones especiales...).</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN						PLAN 15	
PLAN		Plan de gestión del <i>on-boarding</i> de entidades de promoción e instituciones					
PROGRAMA		Programa de comercialización lado proveedor					
ÁREA		Área de gestión de la demanda					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino		Sector en origen		Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público		Entidades intermedias		Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino		Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar		Reservar		Viajar		Recordar
	Descubrir		Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 15
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de gestión del <i>on-boarding</i> de instituciones y entidades de promoción es impulsar su participación en la Plataforma de Destino Turístico Islas Canarias y asesorarlas y acompañarlas en su proceso de integración en función de su grado de madurez digital.</p> <p>El plan comprende todo tipo de acciones y proyectos de captación y consultoría, incluida la realización de campañas y acciones de relaciones públicas.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN						PLAN 16	
PLAN		Plan de atención al turista					
PROGRAMA		Programa de comercialización lado cliente					
ÁREA		Área de gestión de la demanda					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino		Sector en origen		Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público		Entidades intermedias	<input checked="" type="radio"/>	Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
<input checked="" type="radio"/>	Turistas en destino	<input checked="" type="radio"/>	Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar	<input checked="" type="radio"/>	Reservar	<input checked="" type="radio"/>	Viajar		Recordar
	Descubrir	<input checked="" type="radio"/>	Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 16
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de atención al turista es la gestión de solicitudes de información y gestión de incidencias a través de herramientas de <i>contact center</i> durante las etapas reservar, planificar y viajar, tanto si ha realizado alguna reserva a través de la Plataforma de Destino Turístico Islas Canarias (usuarios) como en caso contrario. El plan comprende la definición y actualización de los protocolos de atención y la gestión de las herramientas de <i>contact center</i>.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN						PLAN 17	
PLAN		Plan de comunicación en destino					
PROGRAMA		Programa de comercialización lado cliente					
ÁREA		Área de gestión de la demanda					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino		Sector en origen		Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público		Entidades intermedias	<input checked="" type="radio"/>	Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
<input checked="" type="radio"/>	Turistas en destino		Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar		Reservar	<input checked="" type="radio"/>	Viajar		Recordar
	Descubrir		Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 17
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El Plan de comunicación al cliente final en destino tiene por objeto el incremento del gasto en destino y del índice de satisfacción del visitante mediante la promoción de la reserva y contratación de servicios y productos turísticos en destino, a través de la plataforma de comercialización de Turismo de Islas Canarias o a través de terceros, y la puesta en valor de la oferta turística complementaria y de los eventos que se realizan en las Islas.</p> <p>El plan contempla la realización de campañas y acciones de comunicación, preferentemente <i>push</i>, en todo tipo de medios pagados, tanto on-line como off-line (exterior, acciones especiales...) y ganados y otro tipo de proyectos de comunicación.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN						PLAN 18	
PLAN		Plan de fidelización					
PROGRAMA		Programa de comercialización lado cliente					
ÁREA		Área de gestión de la demanda					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino		Sector en origen		Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público		Entidades intermedias	<input checked="" type="radio"/>	Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
<input checked="" type="radio"/>	Turistas en destino	<input checked="" type="radio"/>	Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar		Reservar	<input checked="" type="radio"/>	Viajar	<input checked="" type="radio"/>	Recordar
	Descubrir		Planificar	<input checked="" type="radio"/>	Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 18
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El Plan de fidelización tiene por objeto optimizar los índices de repetición y prescripción de los visitantes de Canarias a través de campañas y acciones de comunicación, preferentemente <i>push</i>, en todo tipo de medios pagados y ganados, tanto on-line como off-line (en destino) y otro tipo de proyectos de fidelización.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN						PLAN 19
PLAN		Plan de gestión de proyectos de mejora de la experiencia de cliente				
PROGRAMA		Programa de comercialización lado cliente				
ÁREA		Área de gestión de la demanda				
AGENTES IMPLICADOS						
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino		Sector en origen		Líneas aéreas	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias	<input checked="" type="radio"/>	Turistas	Ciudadanía
AUDIENCIA META						
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA	
	Turistas en destino		Turistas en origen		Ciudadanía	
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY						
	Soñar		Reservar		Viajar	Recordar
	Descubrir		Planificar		Recomendar	
OBJETIVOS PRINCIPALES						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario					
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria					
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias					

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 19
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de gestión de proyectos de experiencia de cliente es contribuir a la mejora de la competitividad de la oferta turística canaria a través del impulso y desarrollo de proyectos de cooperación público-pública o público-privada orientados a la mejora constante de la experiencia del turista en las etapas de reservar, planificar y viajar. Las actuaciones comprendidas en este plan tienen por objeto la mejora del índice de satisfacción del cliente de la industria turística canaria.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN						PLAN 20	
PLAN		Plan de infraestructuras					
PROGRAMA		Programa de digitalización y tecnología					
ÁREA		Área de soporte					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino		Sector en origen		Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias		Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino		Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar		Reservar		Viajar		Recordar
	Descubrir		Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 20
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de infraestructuras es impulsar la digitalización del destino Islas Canarias facilitando al sector y a las instituciones el despliegue de productos / soluciones de software en sistemas de alta capacidad, fiabilidad y rendimiento ofreciendo servicios de forma segura, rápida y fiable.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN						PLAN 21	
PLAN		Plan de consultoría y desarrollo de soluciones					
PROGRAMA		Programa de digitalización y tecnología					
ÁREA		Área de soporte					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino		Sector en origen		Líneas aéreas		Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias	<input checked="" type="radio"/>	Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino		Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar		Reservar		Viajar		Recordar
	Descubrir		Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 21
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de consultoría y desarrollo de soluciones es impulsar la digitalización de la industria turística a través de la gestión de proyectos innovadores de desarrollo tecnológico que nos ayuden a construir un sólido e innovador ecosistema digital del Destino Turístico Islas Canarias que nos permita ser mas resilientes y competitivos.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN					PLAN 22		
PLAN		Plan de gestión de proyectos de inteligencia turística					
PROGRAMA		Programa de inteligencia turística y planificación					
ÁREA		Área de soporte					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino	<input checked="" type="radio"/>	Sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias		Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino		Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar		Reservar		Viajar		Recordar
	Descubrir		Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 22
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de gestión de proyectos de inteligencia turística es contribuir a la mejora de la competitividad de la oferta turística canaria a través de la investigación, la gestión del conocimiento y la gestión de datos a fin de integrar el conocimiento del cliente, de la competencia, de la cadena de valor turística en su conjunto y del entorno en el proceso de toma de decisiones y de gestión de procesos de Turismo de Islas Canarias y de la industria turística canaria.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN				PLAN 23			
PLAN		Plan de gestión de proyectos de planificación					
PROGRAMA		Programa de inteligencia turística y planificación					
ÁREA		Área de soporte					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino	<input checked="" type="radio"/>	Sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias		Turistas		Ciudadanía
AUDIENCIA META							
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino		Turistas en origen		Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar		Reservar		Viajar		Recordar
	Descubrir		Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 23
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de gestión de proyectos de planificación es contribuir a la mejora de la competitividad de la oferta turística canaria a través de los planes y programas de actuación con la finalidad de dotar a Turismo de Islas Canarias y, en su caso, a la industria turística canaria, de instrumentos de ordenación y optimización de sus actuaciones en desarrollo y profundización del contenido del presente Plan Estratégico.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN						PLAN 24	
PLAN		Plan de comunicación corporativa y relaciones institucionales					
PROGRAMA		Programa de comunicación corporativa, relaciones institucionales y gestión de crisis					
ÁREA		Área de soporte					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino		Sector en origen		Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias		Turistas	<input checked="" type="radio"/>	Ciudadanía
AUDIENCIA META							
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino		Directivos y profesionales del sector en origen		Directivos y profesionales de LLAA		
	Turistas en destino		Turistas en origen	<input checked="" type="radio"/>	Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar		Reservar		Viajar		Recordar
	Descubrir		Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 24
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
	Eje 1: El liderazgo digital	
	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
	Eje 3: La gestión del conocimiento	
	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
	Eje 7: El empoderamiento del destino	
	● Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El objeto del Plan de comunicación corporativa y relaciones institucionales es informar y sensibilizar acerca de los distintos ejes de actuación recogidos en el presente Plan Estratégico promoviendo conciencia y conocimiento de buenas prácticas y casos de éxito localizados en Canarias.</p> <p>El plan comprende la realización de proyectos, campañas y acciones de sensibilización y comunicación en todo tipo de medios propios, pagados y ganados, tanto on-line como off-line dirigidos a profesionales del sector privado y público en destino y a la ciudadanía de Canarias.</p>		

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN					PLAN 25		
PLAN		Plan de gestión de crisis					
PROGRAMA		Programa de comunicación corporativa, relaciones institucionales y gestión de crisis					
ÁREA		Área de soporte					
AGENTES IMPLICADOS							
<input checked="" type="radio"/>	Sector en destino	<input checked="" type="radio"/>	Sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Líneas aéreas	<input checked="" type="radio"/>	Entidades de promoción
<input checked="" type="radio"/>	Sector público	<input checked="" type="radio"/>	Entidades intermedias	<input checked="" type="radio"/>	Turistas	<input checked="" type="radio"/>	Ciudadanía
AUDIENCIA META							
<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en destino	<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales del sector en origen	<input checked="" type="radio"/>	Directivos y profesionales de LLAA		
<input checked="" type="radio"/>	Turistas en destino	<input checked="" type="radio"/>	Turistas en origen	<input checked="" type="radio"/>	Ciudadanía		
ETAPAS CUSTOMER JOURNEY							
	Soñar	<input checked="" type="radio"/>	Reservar	<input checked="" type="radio"/>	Viajar		Recordar
	Descubrir	<input checked="" type="radio"/>	Planificar		Recomendar		
OBJETIVOS PRINCIPALES							
<input checked="" type="radio"/>	Objetivo 1: Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario						
	Objetivo 2: Promover el incremento del compromiso con la neutralidad climática de la industria turística canaria						
	Objetivo 3: Potenciar la capacidad del turismo canario de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias						

PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 25
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input checked="" type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input checked="" type="radio"/>	Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada	
DESCRIPCIÓN		
<p>El Plan de gestión de crisis tiene por objeto identificar los riesgos reputacionales para el destino Islas Canarias y definir, optimizar y ejecutar el protocolo de comunicación de crisis en escenarios de esta consideración en función de las diferentes audiencias meta. Además, contempla la realización de actividades formativas y de sensibilización para agentes clave del sector público y privado en la gestión de potenciales crisis reputacionales.</p>		