

Turismo de Islas Canarias

PLAN DE ACTUACIÓN

2022



ÍNDICE

1. ÁREAS DE ACTIVIDAD
 - 1.1. Área de mejora de la oferta
 - 1.2. Área de generación de demanda
 - 1.3. Área de gestión de demanda
 - 1.4. Área de soporte
2. PROGRAMAS Y PLANES DE ACTUACIÓN POR ÁREAS DE ACTIVIDAD
3. PRESUPUESTO POR ÁREAS DE ACTIVIDAD
4. PRESUPUESTO POR PROGRAMAS
5. PLANES DE ACTUACIÓN
 01. Plan de incentivos a la mejora de la conectividad
 02. Plan de fomento de la conectividad
 03. Plan de acción climática
 04. Plan de sensibilización
 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
 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
 12. Plan de promoción al profesional en origen
 13. Plan de gestión
 14. Plan de gestión del on-boarding empresas y entidades intermedias
 15. Plan de gestión del on-boarding entidades de promoción e instituciones
 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
 20. Plan de infraestructuras
 21. Plan de consultoría y desarrollo de soluciones
 22. Plan de gestión de proyectos de inteligencia turística
 23. Plan de gestión de proyectos de planificación

24. Plan de comunicación corporativa y relaciones institucionales

25. Plan de gestión de crisis

El presente documento recoge las actuaciones a desarrollar por PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A. (en adelante, Turismo de Islas Canarias) durante el año 2022 para la implementación operativa de su Plan Estratégico Canarias Destino 2022-2023, cuyo objetivo es 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.

La estrategia formulada en el mencionado Plan Estratégico 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 10 Programas de Actuación, que a su vez se declinan en 25 Planes de Actuación vinculados directamente al propósito de la entidad, a sus objetivos y sus distintos ejes de actuación (ver Plan Estratégico).

1. ÁREAS DE ACTIVIDAD

1.1. 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

1.2 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

1.3 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

1.4 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:

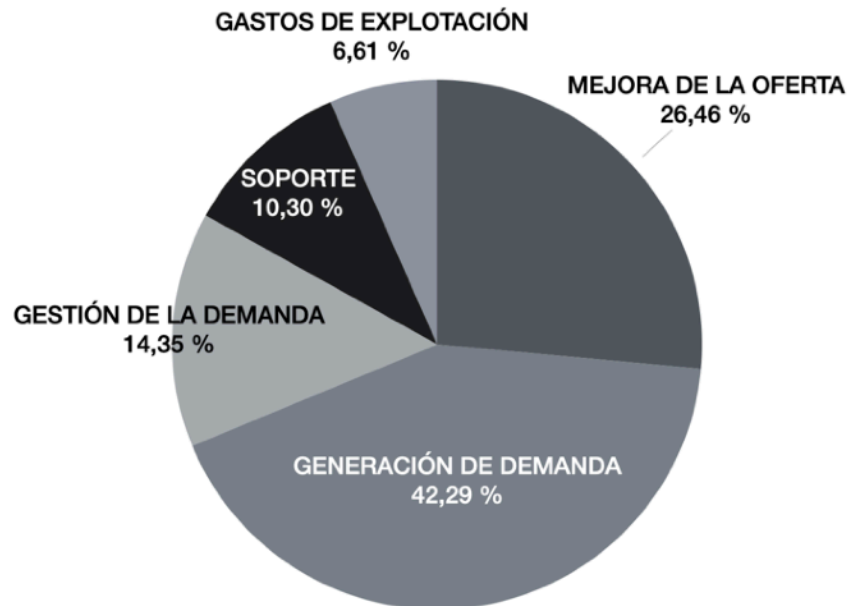
- Programa de digitalización y tecnología
- Programa de inteligencia turística y planificación
- Programa de comunicación corporativa, relaciones institucionales y gestión de crisis

2. 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, RRII y gestión de crisis	24. Plan de comunicación corporativa y relaciones institucionales 25. Plan de gestión de crisis

3. PRESUPUESTO POR ÁREAS DE ACTIVIDAD

ÁREAS DE ACTIVIDAD	PRESUPUESTO
Área de mejora de la oferta	15.948.343,00 €
Área de generación de demanda	25.485.250,00 €
Área de gestión de la demanda	8.645.764,00 €
Área de soporte	6.205.288,00 €
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	PRESUPUESTO
Gastos de explotación *	3.982.758,00 €
TOTAL PRESUPUESTO 2022	60.267.403,00 €



* Incluye gastos de explotación: personal fijo y temporal, otros gastos sociales y de explotación e IGIC.

4. PRESUPUESTO POR PROGRAMAS 1 / 4

ÁREA DE MEJORA DE LA OFERTA	
PROGRAMAS / PLANES	PRESUPUESTO
1. Programa de mejora de la conectividad	5.775.000,00 €
01. Plan de incentivos a la mejora de la conectividad	5.650.000,00 €
02. Plan de fomento de la conectividad	125.000,00 €
2. Programa de sostenibilidad ambiental	1.692.860,00 €
03. Plan de acción climática	347.556,00 €
04. Plan de sensibilización	1.345.305,00 €
3. Programa de mejora de producto turístico	8.480.483,00 €
05. Hub de innovación	689.035,00 €
06. Plan de apoyo a la organización de eventos en destino	7.000.000,00 €
07. Plan de gestión de proyectos de mejora de producto	791.448,00 €
TOTAL	15.948.343,00 €

4. PRESUPUESTO POR PROGRAMAS 2 / 4

ÁREA DE GENERACIÓN DE DEMANDA

PROGRAMAS / PLANES	PRESUPUESTO
4. Programa de promoción al cliente final	22.015.250,00 €
08. Plan de promoción sol y playa +	9.136.000,00 €
09. Plan de promoción de producto turístico	3.551.000,00 €
10. Plan de promoción de segmentos específicos	4.967.500,00 €
11. Plan de promoción a través de medios propios	4.360.750,00 €
5. Programa de promoción al profesional en origen	3.470.000,00 €
12. Plan de promoción al profesional en origen	3.470.000,00 €
TOTAL	25.485.250,00 €

4. PRESUPUESTO POR PROGRAMAS 3 / 4

ÁREA DE GESTIÓN DE LA DEMANDA	
PROGRAMAS / PLANES	PRESUPUESTO
6. Programa de comercialización lado proveedor	600.000,00 €
13. Plan de gestión	300.000,00 €
14. Plan de gestión del on-boarding empresas y entidades intermedias	200.000,00 €
15. Plan de gestión del on-boarding entidades de promoción y entidades	100.000,00 €
7. Programa de comercialización lado cliente	8.045.764,00 €
16. Plan de atención al turista	600.000,00 €
17. Plan de comunicación en destino	615.000,00 €
18. Plan de fidelización	6.100.490
19. Plan de gestión de proyectos de mejora en la experiencia de cliente	730.274,00 €
TOTAL	8.645.764,00 €

4. PRESUPUESTO POR PROGRAMAS 4 / 4

ÁREA DE SOPORTE	
PROGRAMAS / PLANES	PRESUPUESTO
8. Programa de digitalización y tecnología	3.116.162,00 €
20. Plan de infraestructuras	557.120,00 €
21. Plan de consultoría y desarrollo de soluciones	2.559.043,00 €
9. Programa de inteligencia turística y planificación	2.236.726,00 €
22. Plan de gestión de proyectos de inteligencia turística	576.450,00 €
23. Plan de gestión de proyectos de planificación	1.660.276,00 €
10. Programa de comunicación corporativa, RRII y gestión de crisis	852.400,00 €
24. Plan de comunicación corporativa y Relaciones Institucionales	672.400,00 €
25. Plan de gestión de crisis	180.000,00 €
TOTAL	6.205.288,00 €

5. PLANES DE ACTUACIÓN

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 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						

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	
<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 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>		

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					

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>		

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						

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>		

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						

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>		

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						

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>		

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						

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>		

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				

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>		

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						

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	

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>	

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						

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	

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>		

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						

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	

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. 	

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>	

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						

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>		

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						

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>		

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					

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>		

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						

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>		

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						

PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 15
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 <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>		

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						

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>		

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						

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>		

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						

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>		

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						

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>		

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						

PLANES DE ACTUACIÓN		PLAN 20
VINCULACIÓN DIRECTA A EJES DE ACTUACIÓN		
<input type="radio"/>	Eje 1: El liderazgo digital	
<input type="radio"/>	Eje 2: La conexión directa con el visitante	
<input type="radio"/>	Eje 3: La gestión del conocimiento	
<input type="radio"/>	Eje 4: La mejora del producto turístico a través de la innovación, la creatividad y la tecnología	
<input type="radio"/>	Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor	
<input type="radio"/>	Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante	
<input type="radio"/>	Eje 7: El empoderamiento del destino	
<input 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>		

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					

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>		

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						

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>		

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						

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>		

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						

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>		

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						

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>		