



Memoria Anual
Patronato de Turismo
2017





4	Sumario
6	Saluda de la Presidenta
8	Introducción del Director Gerente
10	Misión, visión y valores
12	El año en cifras
14	Hitos del año
18	Principales indicadores del destino
30	Conectividad aérea
36	2017, en imágenes

SUMARIO



54	Asociaciones de producto
68	Gran Canaria en los medios de comunicación
72	Oficina de la Renovación y Alojamientos Turísticos
82	Publicidad y Marketing
100	Overbooking
104	Promoción digital
126	Red Insular de Oficinas de Turismo
136	Quiénes somos
142	Informe económico financiero



SALUDA DE LA PRESIDENTA

02

Los cambios y tendencias globales que marcan la sociedad moderna, así como la creciente rivalidad competitiva entre los destinos emergentes y los tradicionales, obligan al análisis, la reflexión y la creación de nuevas estrategias promocionales que refuercen el liderazgo de Gran Canaria como destino.

El Patronato de Turismo integra las acciones de promoción turística con la gestión de producto, la competitividad y el desarrollo sostenible a través de su Plan Estratégico, en el que se especifican las políticas públicas necesarias para evitar una posición estática y conformista ante la actual situación de bonanza del sector.

Es fundamental conocer los gustos de los turistas que nos visitan para tratar de fidelizar a los más de 4,5 millones de personas que recibió Gran Canaria en 2017, y de esta forma, adecuar la oferta del destino creando atractivos productos para todas las edades y mejorar la calidad de los servicios a través de las nuevas tecnologías y la innovación.

Uno de los principales proyectos orientados a la diversificación del destino es la certificación de Gran Canaria como Destino Turístico Starlight, lograda gracias al trabajo realizado por el Patronato de Turismo y la Fundación Starlight, avalada por la Unesco, que destaca la calidad de nues-

tros maravillosos cielos estrellados y los señala como un valor turístico de primera magnitud para la Isla.

Gran Canaria recibió el año pasado el galardón como finalista en la categoría 'Mejor Destino' de los premios del Sistema Integral de Calidad de Calidad Turística Española (SICTED) que entrega el Ministerio de Turismo y Turismo España, con lo que se reconoció el esfuerzo realizado por Patronato de Turismo para conseguir que 152 empresas tengan ya el sello SICTED, una cifra que supone el 40 por ciento de los establecimientos del archipiélago, que cuenta con 377 distinciones.

Además de garantizar la calidad del servicio turístico, la gastronomía ha recibido un importante impulso para promocionar las artes culinarias y productos de la Isla como elementos originales que marcan la diferencia frente a otros destinos turísticos.

El Cabildo de Gran Canaria trabajó en 2017 para lograr formar parte del exclusivo grupo de Saborea España, un sello de promoción turística coordinado por Turismo España y que ha permitido la primera participación de Gran Canaria en el encuentro internacional 'Madrid Fusión', en donde se ha destacado la gastronomía local como un valor añadido a la experiencia que disfrutaban los turistas durante sus vacaciones.

Otro de los reclamos turísticos gestionados junto con el Ayuntamiento de Telde ha sido la creación de la ruta Sanmao - Echo Chen, que ha permitido la rehabilitación de los lugares que inspiraron la obra de esta popular escritora china y que añaden un elemento diferenciador que complementa la oferta cultural que ofrece la Isla como destino turístico en el mercado asiático.

Las mejoras en la conectividad aérea de Gran Canaria es un factor clave en la actividad del Patronato de Turismo, que ha participado en la creación de nuevas rutas y ha conseguido que la Isla haya pasado de estar conectada con 138 aeropuertos en 2015, a recibir vuelos procedentes de 148 bases en 2017, añadiendo dos países: Hungría y Gambia, a una lista compuesta por 25 naciones.

Es complicado que Gran Canaria consiga mantener el vertiginoso incremento en la llegada de turistas registrado en los últimos años, por lo que es fundamental seguir apostando por el cuidado y la promoción de nuestros recursos naturales, gastronómicos, culturales e históricos para fidelizar a las personas que ya nos conocen y generar la necesidad de volver a la Isla para vivir nuevas e inolvidables experiencias.



INTRODUCCIÓN DEL DIRECTOR GERENTE



Existen muchísimas razones para visitar Gran Canaria que ya han podido conocer los millones de turistas que nos visitan anualmente. El sol, la playa, la naturaleza, nuestra gastronomía, la posibilidad de practicar deportes al aire libre durante todo el año o un importante patrimonio histórico son sólo algunos de sus atractivos y nuestro trabajo es promocionarlos y mostrarlos a todos aquellos visitantes potenciales de nuestra Isla, además de ofrecer nuevos descubrimientos a los viajeros repetidores para afianzar su fidelidad.

En 2017 recibimos más de 4,5 millones de turistas. Visitantes que vienen mayoritariamente desde Alemania, Reino Unido y Países Nórdicos atraídos por un enclave europeo, cercano y seguro en el que poder escapar de la rutina diaria con un sinfín de posibilidades para todos los gustos, por lo que es el destino preferido de las familias, de los deportistas, de los amantes de la naturaleza o de quienes buscan un lugar en donde vivir experiencias relajantes en los mejores centros de spa.

Gran Canaria cuenta con un alto nivel de servicio y una competitiva planta alojativa en continua transformación para adaptarse a las necesidades de los clientes. Esas virtudes le han reportado un liderazgo que alcanza su máxima expresión en la temporada de invierno, época en la que millo-

nes de europeos se desplazan a la Isla para evitar el frío en sus países de origen.

El Patronato de Turismo tiene una red de profesionales del sector que trabajan a diario en la promoción de Gran Canaria en los principales países emisores como Alemania, Reino Unido, Países Nórdicos, Benelux, Francia, Suiza, Península Ibérica, Italia, Rusia y Países del Este. Además, Gran Canaria cuenta con una red compuesta por 34 oficinas de información repartidas por toda nuestra geografía, que se han convertido en una herramienta fundamental para orientar, aconsejar y hacer más sencilla la estancia de los turistas en la Isla. Gran Canaria ha acudido durante este año a jornadas profesionales, workshops, reuniones y presentaciones por toda Europa, fruto de ello hemos establecido numerosos contactos con operadores, agencias de viajes y aerolíneas que han permitido, de forma periódica, mostrar al sector las novedades en nuestra oferta turística y mejorar la conectividad aérea con nuevos destinos y aumentos en la frecuencia de rutas ya existentes. La Isla recibió en 2017 vuelos procedentes de 148 aeropuertos de 25 países.

El Cabildo de Gran Canaria, a través del Patronato de Turismo, ha estado presente en 61 ferias de 52 ciudades europeas, ha organizado 27 viajes de familia-

rización, en los que los agentes, responsables de ventas y operadores turísticos han visitado la Isla para ofrecer a sus clientes nuestra magnífica planta alojativa, los paisajes más emblemáticos y las actividades en sus catálogos de Gran Canaria. La presencia en radio, prensa y televisión en el exterior es primordial, por lo que hemos llevado a cabo 45 'presstrips', viajes organizados que han permitido que profesionales de la comunicación de los medios más importantes del mundo hayan descubierto Gran Canaria.

Trabajamos para que la Isla sea el enclave perfecto, el destino deseado por millones de turistas. Cada encuentro profesional, cada feria, cada evento es una ventana que Gran Canaria abre al mundo para mostrar infinitas posibilidades de pasar unas vacaciones perfectas.

Y continuaremos con nuestra gratificante labor, porque todos los profesionales que conforman el Patronato de Turismo trabajan por Gran Canaria, fieles al compromiso adquirido con la sociedad para promocionar nuestra Isla como gran destino turístico internacional.

Misión

El compromiso con Gran Canaria es uno de los principios fundacionales del Patronato de Turismo. Asumimos la responsabilidad de defender los intereses turísticos de la Isla articulando las políticas adecuadas para promover, ordenar y fomentar las actividades que demandan los clientes y agentes de una industria en continua transformación.

El sector turístico es un actor principal en el desarrollo socioeconómico de Gran Canaria. No en vano, el turismo emplea a una quinta parte de la mano de obra de la Isla, por lo que nuestra misión es impulsar acciones promocionales encaminadas a la mejora de nuestro destino, la gestión pública del sistema turístico insular y la renovación de la planta alojativa, una competencia que gestionamos en su fase administrativa en colaboración con otras instituciones del Archipiélago.

Visión

Queremos construir un destino turístico que alcance los máximos estándares de calidad y competitividad. La diversificación de nuestros productos es una realidad consolidada, por lo que seguiremos impulsando la cultura, la gastronomía y el deporte en la naturaleza como complemento a nuestra tradicional oferta asociada al mar y el descanso.

En nuestro afán por ofrecer la mejor información a los visitantes que escogen Gran Canaria como destino vacacional, hemos realizado una apuesta decidida por la comunicación digital a través de nuestras páginas web y redes sociales. Pretendemos proyectar una imagen cercana y moderna de Gran Canaria, una Isla que sedujo en 2017 a cerca de 4,5 millones de turistas europeos.

MISIÓN,
VISIÓN,
Y VALORES



Valores

Liderazgo

El Patronato de Turismo no pretende ser una Organización de Marketing de Destino al uso, sino un agente indispensable que garantice la buena salud del sector en Gran Canaria. Nuestra actitud es firme y proactiva en la consecución de nuestros objetivos, que pasan por incrementar el número de personas que visitan la Isla respetando la sostenibilidad medioambiental.

Transparencia

Somos un organismo autónomo público y ejercemos nuestra labor con total responsabilidad. Entendemos que Gran Canaria debe competir con otros destinos turísticos en igualdad de condiciones, con una información veraz y accesible. Velar por la correcta difusión de la imagen de la Isla es otra de nuestras obligaciones.

Dinamismo

La participación en ferias y eventos es una herramienta que nos permite acercar Gran Canaria a cualquier rincón de Europa. Nuestra presencia en los acontecimientos más importantes que se celebran en el sector turístico nos permite establecer un contacto directo con intermediarios y consumidores.

Trabajo en equipo

Los empleados del Patronato de Turismo y las Oficinas de Turismo tienen una importancia capital en el desarrollo de nuestra labor. Para ello, fomentamos la colaboración interdepartamental y la participación en cursos de formación, con el objetivo de que los integrantes de la plantilla conozcan las nuevas tendencias de la industria turística.

Orientación al cliente

Gran Canaria tiene un elevado índice de visitantes que repiten estancia en la Isla por su alto grado de satisfacción, así que una atención al público de calidad es fundamental para un destino turístico como el nuestro. Estamos presentes en los principales canales de comunicación digitales y resolvemos las dudas de nuestros clientes en la red de Oficinas de Turismo repartida por toda la Isla.

Visión a largo plazo

Somos conscientes de que el trabajo que desarrollamos requiere un esfuerzo que encuentre soluciones para el futuro. El éxito de nuestro modelo exige una transformación ininterrumpida que sitúe a Gran Canaria en la vanguardia del turismo europeo.



EL AÑO
EN
CIFRAS

05



Turistas

4.587.576



Repetición

57,1%



Países

25



Aeropuertos

148



Nuevas rutas

6

Ferias a las que
hemos asistido

61

Ciudades
europeas

52

Viajes
de prensa

45

Páginas vistas
del turista
grancanaria.com

8.158.428

Viajes de
familiarización
en destino

27



HITOS
DEL
AÑO

06



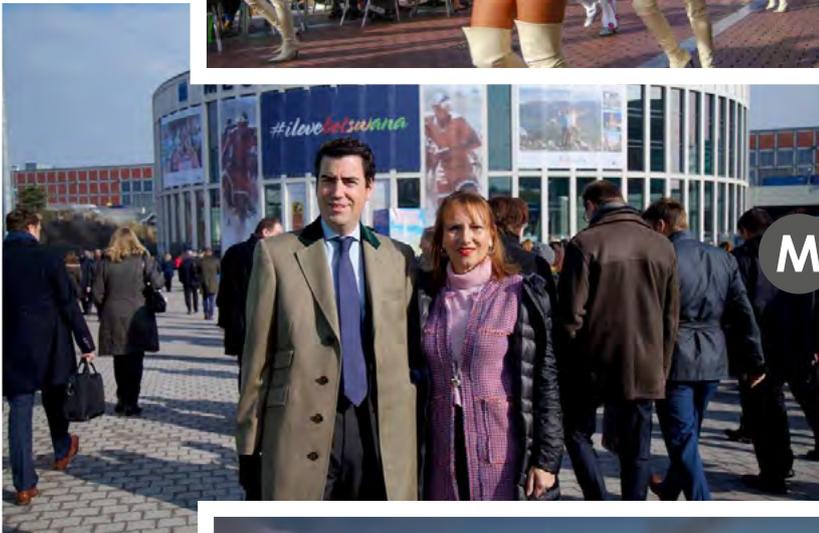
Enero

Promocionamos Gran Canaria en la Feria Internacional de Turismo de Madrid (Fitur) el encuentro profesional de la industria turística más importante de España.



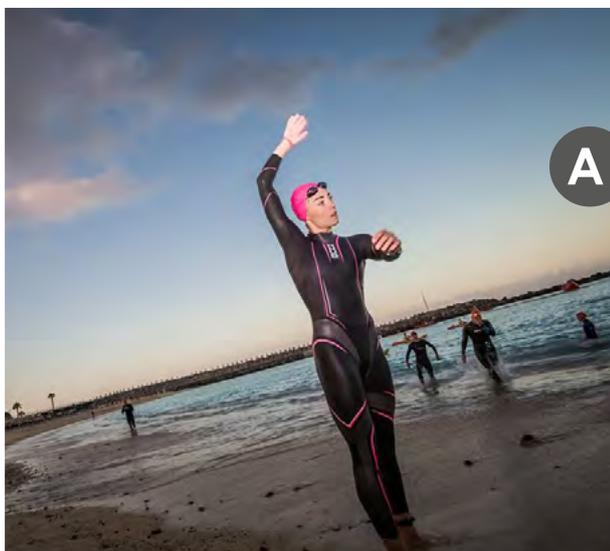
Febrero

Como cada año fuimos uno de los patrocinadores principales de una de las fiestas con más impacto turístico, social y económico de la Isla, el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria.



Marzo

El Patronato de Turismo asiste a la ITB de Berlín en su objetivo de seguir consolidando el mercado alemán, uno de los principales destinos emisores de turistas a Gran Canaria.



Abril

Patrocinamos la Challenge Mogán Gran Canaria, un evento deportivo de altísimo nivel en el que participaron atletas olímpicos campeones de Europa.



M

Mayo

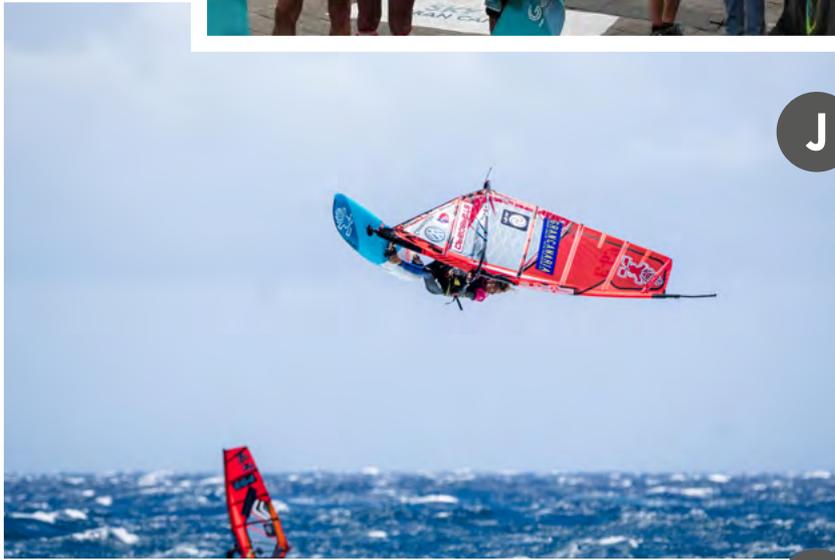
Patrocinamos el Gay Pride Maspalomas que logra atraer a más de 200.000 personas y confirma a Gran Canaria como uno de los destinos LGTB más populares de Europa.



J

Junio

Apoyamos económicamente la Circular de Tejada, una de las carreras de montaña más importantes del circuito trail de Canarias, reunió a más de 1.350 atletas procedentes de 20 países.



J

Julio

Patrocinamos el Gran Canaria Wind & Waves Festival, la prueba más extrema del Campeonato del Mundo de Windsurf en la modalidad de olas, que celebró su vigesimonovena edición en Pozo Izquierdo.



A

Agosto

Patrocinamos Cine + Food, una fusión de gastronomía, cine y músicas del mundo que se celebra en el entorno del Parque Santa Catalina de Las Palmas de Gran Canaria.

S

Septiembre

Celebramos el Día Mundial del Turismo junto a la Mancomunidad del Norte teniendo en cuenta el potencial de esta zona de Gran Canaria para añadir valor a la experiencia de los viajeros que nos visitan.



O

Octubre

Desde el Cabildo de Gran Canaria patrocinamos el Fronton King Pro que reunió en el municipio de Gáldar a los mejores corredores internacionales del circuito mundial de bodyboard.



N

Noviembre

Participamos en la trigésimo octava edición de la World Travel Market de Londres, la feria de turismo más importante que se celebra en Reino Unido en la que participaron más de 50.000 profesionales del sector turístico.



D

Diciembre

Patrocinamos el tradicional Belén de Arena de la Playa de Las Canteras que cada da la bienvenida a los turistas que deciden pasar la Navidad en Gran Canaria.



... 2018

PRINCIPALES
INDICADORES
DEL DESTINO

07

Gran Canaria recibió en 2017 4,5 millones de turistas y tiene conexión con 148 aeropuertos de 25 países. La Isla registró un 79,6 % de ocupación por plazas en sus establecimientos alojativos reglados y una estancia media de 9,41 días por visitante. El gasto turístico total alcanzó los 5.129 millones de euros y se realizaron 116.405 contratos en el sector.

Turistas

4.587.576

Destinos

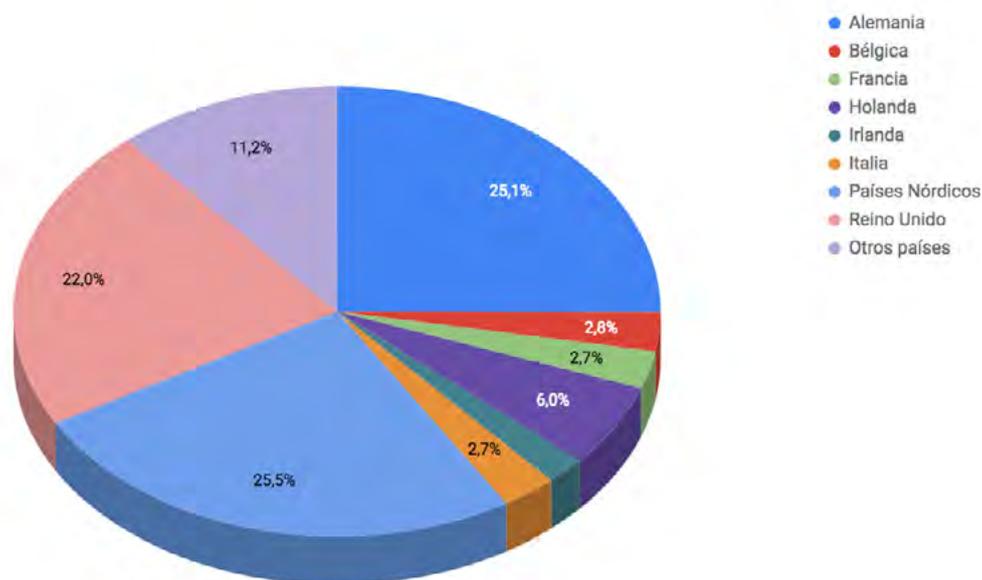
148

Países

25

Turistas en Gran Canaria 2017

País de origen	2016	2017	Var.	% Var.
Alemania	959.211	1.011.967	52.756	5,50%
Bélgica	111.919	112.609	690	0,62%
Francia	100.013	108.870	8.857	8,86%
Holanda	242.927	241.791	-1.136	-0,47%
Irlanda	72.403	79.451	7.048	9,73%
Italia	92.981	110.889	17.908	19,26%
Países Nórdicos	938.608	1.029.919	91.311	9,73%
Reino Unido	787.580	889.884	102.304	12,99%
Otros países	366.541	452.767	86.226	23,52%
Extranjeros	3.672.185	4.038.154	365.969	9,97%
Nacionales	551.494	549.425	-2.069	-0,38%
TOTAL	4.223.679	4.587.576	363.897	8,62%



Principales mercados emisores 2017

*Nota: La estancia media de los Países Nórdicos se calcula como la media aritmética de Finlandia, Dinamarca, Noruega y Suecia. La variación anual para el dato de turistas no está disponible.
Fuente: AENA, ISTAC.*

Países Nórdicos



Acumulado

1.029.919 Turistas

1.032.620 Pasajeros llegados

7.510.777 Pernoctaciones totales

8,95 días Estancia media

Variación

+9,73% Turistas

+6,37% Pasajeros llegados

+9,95% Pernoctaciones totales

+0,01 días Estancia media

Reino Unido



Acumulado

889.884 Turistas

943.176 Pasajeros llegados

5.824.221 Pernoctaciones totales

8,45 días Estancia media

Variación

+12,99% Turistas

+14,50% Pasajeros llegados

+7,2% Pernoctaciones totales

+0,12 días Estancia media

Alemania



Acumulado

1.011.967 Turistas

1.051.547 Pasajeros llegados

7.091.312 Pernoctaciones totales

9,76 días Estancia media

Variación

+5,50% Turistas

+3,41% Pasajeros llegados

-7,59% Pernoctaciones totales

-0,41 días Estancia media

España



Acumulado

549.425 Turistas

4.593.083 Pernoctaciones totales

4,59 días Estancia media

Variación

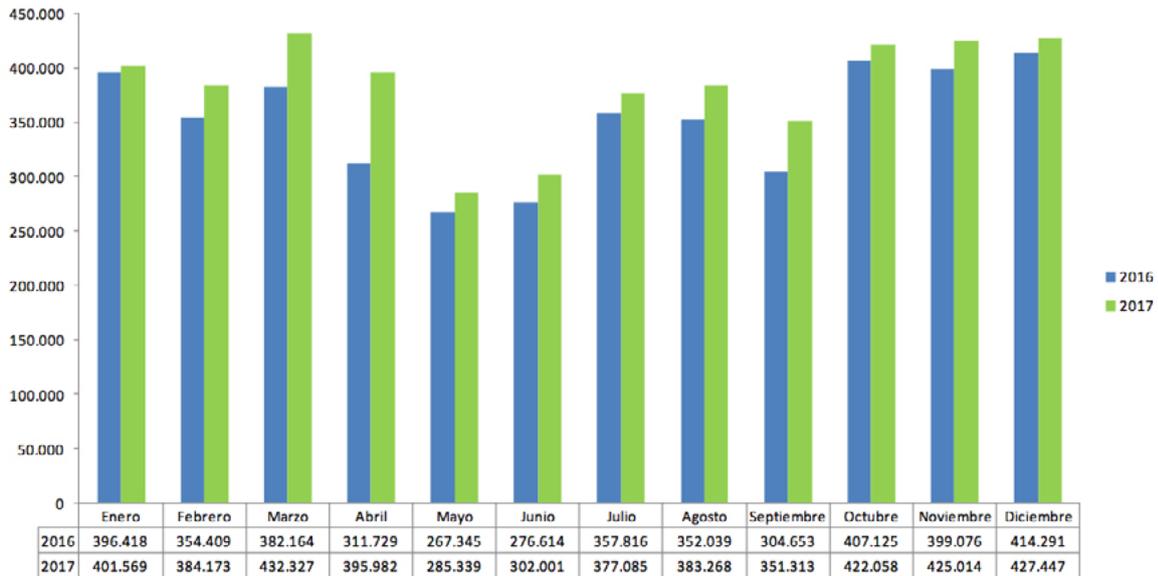
-0,38% Turistas

+1,43% Pernoctaciones totales

-0,26 días Estancia media

Ocupación 2017

Evolución de la estacionalidad de los turistas en Gran Canaria. 2017

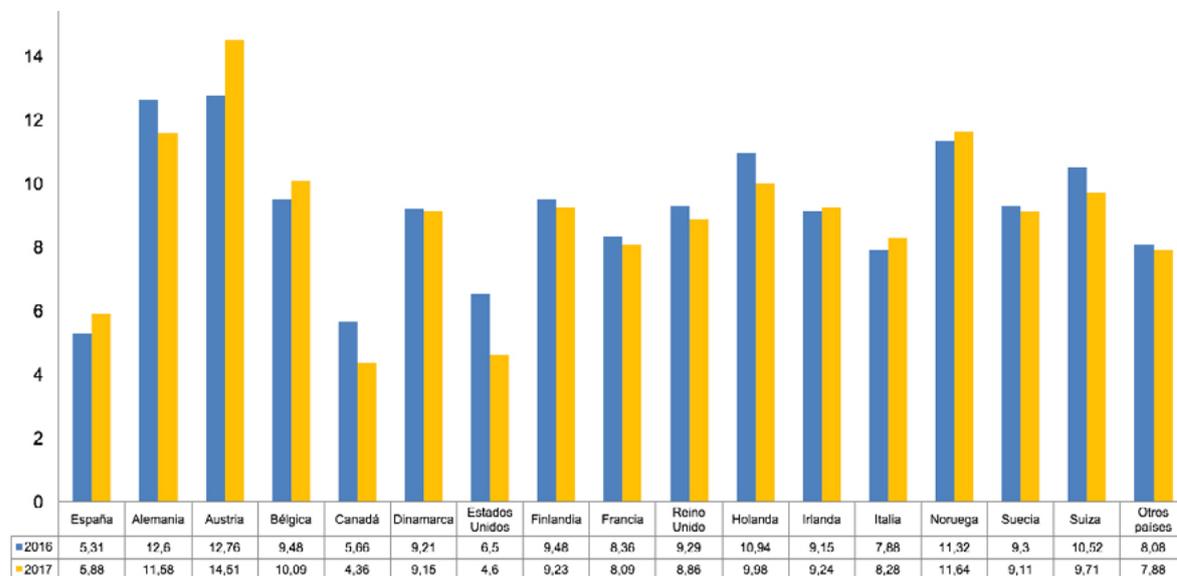


Evolución del grado de ocupación por habitaciones-apartamentos en Gran Canaria. 2017

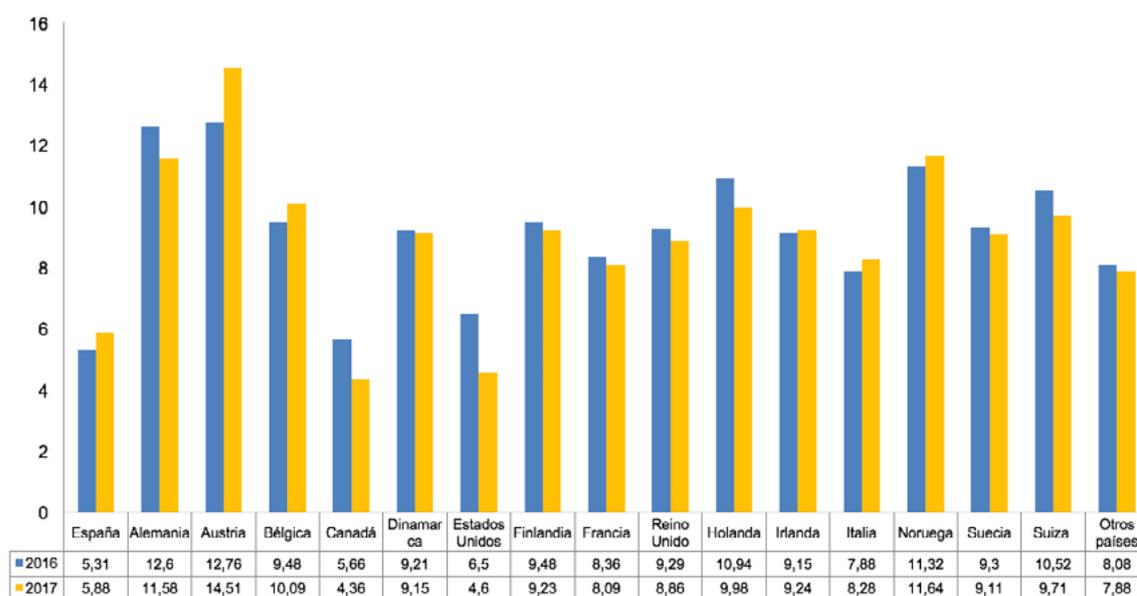


Fuente: Encuesta de alojamiento turístico. ISTAC.

Estancia media en hoteles, según países. 2016-2017.



Estancia media en establecimientos extrahoteleros, por países. 2016-2017.



Empleo 2017

Desempleados y
contratados en el sector
turístico.

Gran Canaria	Desempleados	Contratos
Transporte terrestre y por tubería	1.607	7.509
Transporte marítimo	175	3.618
Transporte aéreo	159	758
Servicios de alojamiento	962	40.532
Servicios de comidas y bebidas	5.097	47.932
Actividades de alquiler	8.419	3.704
Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos	673	1.210
Actividades de creación, artísticas, espectáculos	209	3.687
Actividades de bibliotecas, archivos, museos...	324	252
Actividades deportivas, recreativas y entretenimiento	71	7.203
Total Turismo 2016	19.742	112.300
Total Turismo 2017	18.853	116.405
Var % sobre año 2016	-4,50%	3,66%

Canarias	Desempleados	Contratos
Total Turismo 2016	48.637	371.967
Total Turismo 2017	47.876	355.874
Var % sobre año 2016	-1,56%	4,52%

Nota: el dato de desempleados corresponde con las demandas de empleo en el sector turístico en diciembre de 2017.
Fuente: OBECAN.

Gasto turístico

2017

Gasto total (€)
en Canarias.

Gasto Total	Canarias	Lanzarote	Fuerteventura
2016	16.578.831.116	2.881.621.447	2.455.099.832
2017	17.764.292.842	3.042.092.932	2.522.928.711
Var. total	1.185.461.726	160.471.485	67.828.879
Var. (%)	7,15%	5,57%	2,76%

Gasto por Turista	Canarias	Lanzarote	Fuerteventura
2016	1.140,52	1.108,64	1.151,55
2017	1.154,92	1.087,11	1.167,87
Var. total	14,40	-21,53	16,32
Var. (%)	1,26%	-1,94%	1,42%

Gasto por Turista/Día	Canarias	Lanzarote	Fuerteventura
2016	135,94	131,08	129,53
2017	140,18	134,14	135,64
Var. total	4,24	3,06	6,11
Var. (%)	3,12%	2,33%	4,72%

Gasto Total	Gran Canaria	Tenerife	La Palma
2016	4.757.690.029	6.070.140.469	264.401.064
2017	5.129.391.851	6.584.544.336	349.152.632
Variación total	371.701.822	514.403.867	84.751.568
Var. (%)	7,81%	8,47%	32,05%

Gasto por Turista	Gran Canaria	Tenerife	La Palma
2016	1.203,24	1.101,49	1.122,33
2017	1.205,85	1.139,30	1.197,23
Variación total	2,61	37,81	74,90
Var. (%)	0,22%	3,43%	6,67%

Gasto por Turista/Día	Gran Canaria	Tenerife	La Palma
2016	142,38	136,77	122,55
2017	145,42	141,57	128,94
Variación total	3,04	4,8	6,39
Var. (%)	2,14%	3,51%	5,21%

Gasto turístico

2017

Gasto total (€) por mercados. Gran Canaria.

Gasto Total	Alemania	España	Holanda
2016	1.264.470.846	424.778.659	260.242.585
2017	1.250.945.133	438.501.560	261.785.438
Var. total	-13.525.713	13.722.901	1.542.853
Var. (%)	-1,07%	3,23%	0,59%

Gasto por Turista	Alemania	España	Holanda
2016	1.423,04	808,9	1.098,10
2017	1.378,10	825,93	1.128,85
Var. total	-44,94	17,03	30,75
Var. (%)	-3,16%	2,11%	2,80%

Gasto por Turista/Día	Alemania	España	Holanda
2016	152,05	137,42	123,6
2017	149,29	145,18	131,44
Var. total	-2,76	7,76	7,84
Var. (%)	-1,82%	5,65%	6,34%

Gasto Total	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros
2016	1.104.443.790	799.772.985	903.981.164
2017	1.263.322.683	848.876.914	1.065.960.122
Variación total	158.878.893	49.103.929	161.978.958
Var. (%)	14,39%	6,14%	17,92%

Gasto por Turista	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros
2016	1.247,54	1.086,60	1.309,56
2017	1.338,84	1.016,56	1.314,77
Variación total	91,30	-70,04	5,21
Var. (%)	7,32%	-6,45%	0,40%

Gasto por Turista/Día	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros
2016	135,14	136,88	154,26
2017	146,5	130,56	158,54
Variación total	11,36	-6,32	4,28
Var. (%)	8,41%	-4,62%	2,77%



CONECTIVIDAD
AÉREA

08

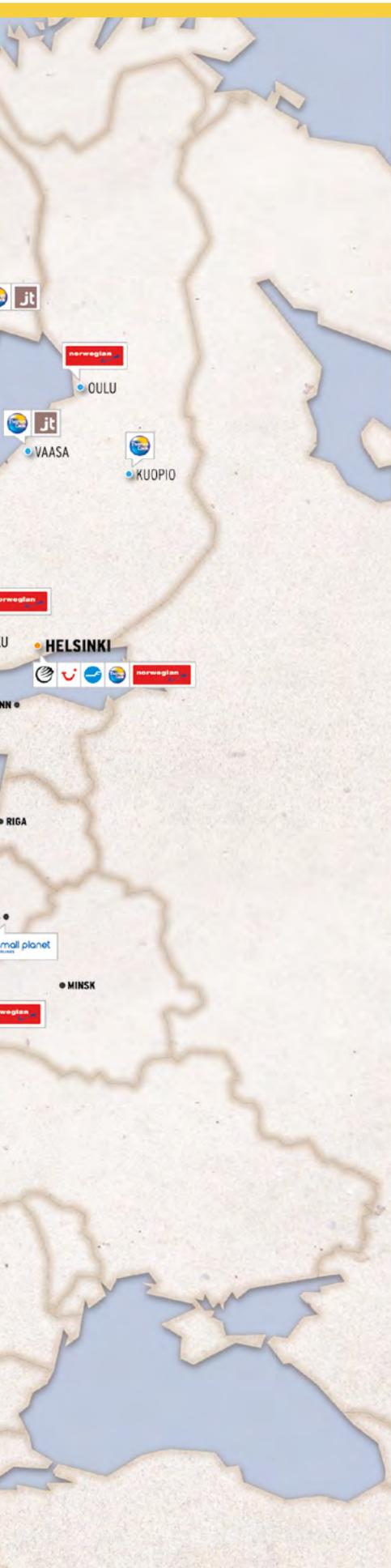
Pasajeros extranjeros llegados a Gran Canaria 2017

País de origen	2016	2017	Var.	% Var.
Alemania	1.016.863	1.051.547	34.684	3,4%
Austria	28.841	35.763	6.922	24,0%
Bélgica	117.536	119.179	1.643	1,4%
Dinamarca	173.322	186.021	12.699	7,3%
Federación Rusa	-	49	-	-
Finlandia	125.722	132.346	6.624	5,3%
Francia	59.427	69.433	10.006	16,8%
Reino Unido	823.713	943.176	119.463	14,5%
Holanda	224.436	243.990	19.554	8,7%
Irlanda	81.049	84.898	3.849	4,7%
Italia	88.556	98.018	9.462	10,7%
Noruega	328.084	349.084	21.000	6,4%
República Checa	15.101	14.667	-434	-2,9%
Polonia	71.783	85.463	13.680	19,1%
Suecia	343.649	365.169	21.520	6,3%
Suiza	112.996	114.270	1.274	1,1%
Otros países	152.461	182.534	30.073	19,7%
TOTAL	3.763.539	4.075.607	312.068	8,29%

CONEXIONES AÉREAS

- DESTINOS OPERADOS TODO EL AÑO
- DESTINOS OPERADOS EN VERANO
- DESTINOS OPERADOS EN INVIERNO
- DESTINOS QUE COMIENZAN A OPERARSE





REINO UNIDO



ALEMANIA



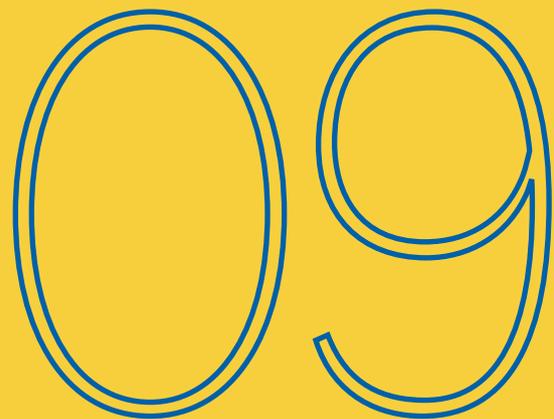
Ranking de líneas aéreas en Gran Canaria, por pasajeros 2017

LLAA	2016	2017	Var.	% Var.
BINTER CANARIAS	850.675	993.579	142.904	16,80%
TUI GROUP	846.928	844.274	-2.654	-0,31%
RYANAIR DAC	649.191	744.851	95.660	14,74%
THOMAS COOK AIRLINES	732.318	695.432	-36.886	-5,04%
NORWEGIAN	424.496	492.421	67.925	16,00%
GRUPO IBERIA	395.369	402.008	6.639	1,68%
VUELING AIRLINES, S.A.	310.461	347.631	37.170	11,97%
AIR EUROPA	266.288	246.472	-19.816	-7,44%
JET2.COM LIMITED	106.084	192.832	86.748	81,77%
AIRBERLIN GROUP	249.677	188.583	-61.094	-24,47%
LUFTHANSA GROUP	114.326	160.549	46.223	40,43%

Ranking de aeropuertos de origen. Gran Canaria 2017

AEROPUERTO	2016	2017	Var.	% Var.
MADRID-BARAJAS ADOLFO SUÁREZ	749.661	746.969	-2.692	-0,36%
TENERIFE NORTE LOS RODEOS	332.362	398.176	65.814	19,80%
LANZAROTE	279.837	327.916	48.079	17,18%
FUERTEVENTURA	227.579	265.775	38.196	16,78%
BARCELONA-EL PRAT	205.383	228.222	22.839	11,12%
DUSSELDORF	182.318	180.786	-1.532	-0,84%
OSLO GARDERMOEN	154.777	169.600	14.823	9,58%
AMSTERDAM SCHIPHOL	178.307	169.061	-9.246	5,19%
LONDRES GATWICK	164.773	168.917	4.144	2,51%
ESTOCOLMO ARLANDA	158.126	168.499	10.373	6,56%
MANCHESTER INTERNACIONAL	150.697	166.803	16.106	10,69%
FRANKFURT INTERNACIONAL	121.993	131.332	9.339	7,66%
COPENHAGUE	106.794	120.473	13.679	12,81%
MUNICH FRANZ JOSEF STRAUSS	111.878	116.709	4.831	4,32%

2017,
EN
IMÁGENES





Presentación Regatas ARC y ARC+.

Blogueras francesas visitan Gran Canaria.



Asistencia a la Feria INTUR en Valladolid.



**Asistencia a la
IBTM World Barcelona.**



**Grabación del programa
'Tribus viajeras'.**

**Presentación del libro 'Diario de
Las Canarias' de Sanmao.**



**Bloguera holandesa
visita Gran Canaria.**



Asistencia a Investour en Casa África.



Bloqueros chinos visitan la Ruta Sanmao en Gran Canaria.

Entrega de distinciones SICTED.



Celebración del Día Mundial del Turismo en la Mancomunidad del Norte.



Challenge Mogán Gran Canaria.



Conferencia de agentes de viajes Jet2Holidays.

Feria de Enschede en Holanda.



Evento TTG Luxury en Reino Unido.

Famtrip de Travelplan.



Celebración del Día Mundial del Turismo en Triana.



Jornadas 'Gran Canaria Destino Turístico Starlight'.



Firma del convenio 'Ruta Sanmao'.

Grabación del corto de Custo del proyecto 'Fashionlins'.



Asistencia a la World Travel Market de Londres.



Gran Canaria entra en Saborea España.



Presentación de los cocineros grancanarios que asisten a Madrid Fusión.





Asistencia a TravelConneXion en Frankfurt.

Firma convenio Desarrollo Sostenible con la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.



Inauguración de los vuelos interinsulares con Air Europa.

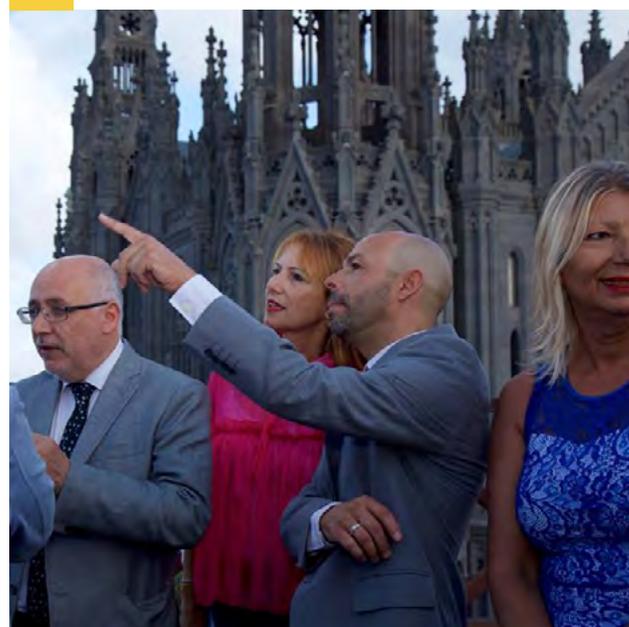


Periodistas nacionales cubren el Festival Womad.



**Presentación
Fiestas de Las Nieves 2017
de Agaete.**

**Inauguración del
Hotel Emblemático
en Arucas.**



**Gran Canaria
Wind & Waves Festival.**



**Jornadas
de Turismo Activo.**

Las Lucías sueca y canaria visitan el Patronato de Turismo.



Presentación del Open Gran Canaria ITF Beach Tennis 2017.



Presentación de 'Nomad City'.



Gran Canaria recibe el premio de la revista Conde Nast al 'Mejor Destino Turístico de España 2017'.



Presentación del Festival de Folklore de Ingenio.



W Strone Slonca en Polonia.



Torneo de Golf en Estocolmo, promoción de Gran Canaria en Suecia



Presentación del mercado nacional.



Gran Canaria Walking Festival.



Salón Náutico de París.

Inauguración del Foro Verode.



Inauguración de la renovación de la Oficina de Información Turística de Triana.



Presstrip gastronómico del crítico Carlos Capel.

Reapertura de la ruta de Vueling desde Ginebra.



Feria Vakanz en Luxemburgo.



Recepción de Jorge Brazalez, Master Chef 2017.

Presentación Fiestas de La Aldea 2017.



Feria Boot en Alemania.



Santa Lucía de Tirajana distinguida como Ciudad Europea del Deporte.



Saulo Sarmiento nuevo embajador de Gran Canaria.



XXIX Feria del Libro de Las Palmas de Gran Canaria.



Winter Pride Maspalomas.

Gran Canaria
Maratón.

Roadshow con el turoperador
Twizz en Savona, Italia.



Fitur.



Belén de arena en la Playa de Las Canteras.



Presentación de la Noche Romántica de Tejeda.



Salón de Turismo de Nantes. Francia.





Presentación del corto FashionLins en Gran Canaria, Moda Cálida.



Leisure en Moscú



Presentación del Frontón King Pro.



Reunión con la OET de Dublín.

Feria ITB en Berlín.



Jornada con los informadores turísticos en Arucas.

Grabación de 'Gran Canaria, Isla de cuento'



ASOCIACIONES
DE PRODUCTO

10



GranCanaria
Blue



GranCanaria
Convention Bureau



GranCanaria
Golf



GranCanaria
Natural&Active



GranCanaria
Spa, Wellness & Health



GranCanaria
Tri, Bike & Run

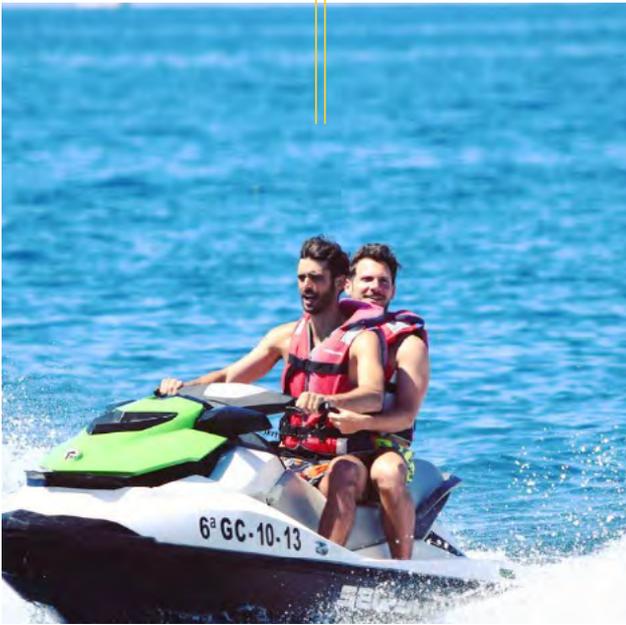


Gran Canaria Blue, la marca oficial del Patronato de Turismo de Gran Canaria para la promoción de la Isla como destino de turismo náutico, culmina 2017 con una actividad promocional que se traduce en la organización de 34 viajes de prensa, tanto de bloggers e influencers, como de prensa tradicional especializada en diversas disciplinas náuticas, que generaron un total de 171 publicaciones en medios valoradas en más de 600.000 euros. Esto ha permitido que la oferta náutica de Gran Canaria, haya alcanzado en 2017 una audiencia total que supera los 34 millones de personas en los diferentes mercados prioritarios.

Además, hemos asistido a 8 ferias especializadas en turismo náutico, entre las que se encuentran la Boot de Düsseldorf y el Nautic 2017 de París, dos de las ferias del sector más importantes del mundo. Asimismo, Gran Canaria Blue organizó, durante 2017, la visita a la Isla de un total de 17 touroperadores del mundo náutico, con el objetivo de incrementar la visibilidad y favorecer el conocimiento

del destino entre los agentes especializados en los diferentes mercados y, al mismo tiempo, propiciar acuerdos comerciales con las empresas náuticas vinculadas al proyecto Gran Canaria Blue.

Por último, es necesario destacar la importante actividad de la asociación en los canales propios en redes sociales, que cuentan en la actualidad con una comunidad de 12.000 usuarios.



David Mora en Gran Canaria



Boot Düsseldorf



Willy y Juancho Hernangomez en Gran Canaria



Nautic Paris



En el año 2017 hemos acudido sólo a ferias dedicadas al segmento MICE, es decir, turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones, IMEX en Frankfurt del 16 al 18 de mayo e IBTM en Barcelona del 28 al 30 de noviembre. También acudimos a Fitur que, aunque no es exclusiva del sector MICE, es de suma importancia por ser punto de reunión de muchos protagonistas del mercado nacional.

Acudimos al M&I Forum Summer, un evento de cuatro días que se celebró en Sevilla del 27 de junio al 1 de julio, un punto de encuentro diseñado y desarrollado para generar negocio a través de 50 reuniones privadas garantizadas. Al margen de estas reuniones, se desarrolla un programa social que incluye actividades de teambuilding, almuerzos, cenas y cócteles compartidas entre los compradores y los vendedores lo que propicia la creación de sinergias.

En 2017 participamos en la Asamblea del Spain Convention Bureau, que se celebró en Burgos y donde se eligió a Las Palmas

de Gran Canaria como sede de la Asamblea de 2018.

La mejor forma de introducir a un organizador de eventos en un destino es haciéndole vivir dicho destino. Los viajes educativos permiten a los organizadores comprobar de primera mano los servicios que ofrece Gran Canaria y familiarizarse con las ventajas competitivas que tiene a su disposición para celebrar una reunión. En 2017 el Gran Canaria Convention Bureau organizó el Absolute Meeting con empresas de Madrid y Barcelona con generalizada satisfacción entre participantes y proveedores.



Gran Canaria
Absolute Meeting
2017

IBTM 2017



MI Forum
Sevilla



Spain
Convention Bureau



Gran Canaria Golf es una asociación cuyo fin es la promoción Gran Canaria como destino golf a nivel internacional, realizando diversas acciones con el objetivo de dar conocer el producto a clientes directos y touroperadores. En Gran Canaria además de contar de un clima extraordinario que permite al turista jugar durante todo el año, contamos con 7 magníficos campos de golf y 37 alojamientos recomendados con servicios exclusivos para golfistas, que han supuesto que la Isla sea reconocida como mejor destino de golf europeo en 2013 por la Asociación Internacional de Touroperadores de Golf.

Cada año, a partir del mes de mayo, la actividad de golf se vuelve frenética por el comienzo, entre otros, de los torneos del 'European Tour' que recorre varias ciudades europeas y en los que Gran Canaria Golf está presente para promocionar la Isla.

Además, asistimos al BMW OPEN en Wentworth, Reino Unido, BMW Open, Munich, Alemania y el Nordea Masters en Suecia, nuestros tres mercados princi-

En 2017 organizamos con Tenerife Golf y Turismo Lanzarote nuestra presencia en el Open de Francia y el Open de Irlanda. También acudimos en Holanda al KLM OPEN con el que finalizó la agenda de los torneos internacionales europeos más relevantes.

Por otra parte, también estuvimos presentes en el Big Travel Trade Event en Belfast que reúne a los principales líderes del sector de Irlanda y Escocia en una agenda profesional que culmina con la realización del emblemático Torneo NITN, así como en el Roadshow por España que organiza anualmente el Patronato de Turismo de Gran Canaria y que en 2017 se desarrolló en Andalucía y Extremadura. Asistimos a la International Golf Travel Market (IGTM), el evento de golf más importante del año que se celebró en Cannes, Francia, donde se dan cita todos los touroperadores siempre en un país distinto de Europa.

BMW Open Munich



IGTM 2017



Open de Francia



The Big Travel Trade Event



Open de Irlanda





Gran Canaria Natural and Active (GCN&A), la asociación de empresarios de turismo natural de Gran Canaria, llevó a cabo en 2017 importantes acciones de gran repercusión para dar a conocer la belleza de la naturaleza de la Isla y descubrir su lado más auténtico, gracias a sus más de 70 asociados y a la organización del festival de referencia internacional, Gran Canaria Walking Festival (GCWF).

Invitamos al reconocido violinista Robert Mendoza, con más de 80 millones de reproducciones, a grabar su vídeo de una versión musical rodeado de la impresionante naturaleza de la Isla, mostrando uno de nuestros bienes patrimoniales más preciados e impresionantes, La Fortaleza, y los increíbles establecimientos rurales de GCN&A, consiguiendo una repercusión global de más de 2 millones de visualizaciones.

Organizamos la VI edición de GCWF, que se consolida como referente internacional manteniendo cifras récords y atrayendo a nuevos mercados como Sudáfrica, Azerbaiyán, Canadá o

China, además de lograr nuevas sinergias y hermanamientos con Portugal a través del vicepresidente de la Entidad Regional de Turismo de Algarve y Walking Festival Ameixial. Contamos, además, con el reconocido alpinista Carlos Soria como padrino del festival, que ofreció una conferencia a senderistas de todo el planeta.

Realizamos acciones promocionales en medios de gran prestigio internacional como National Geographic, The Times, Lonely Planet, The Local, entre otras, logrando un cobertura de más de 130 millones de alcance en los principales mercados emisores.

Ofrecimos una ponencia en las I Jornadas de Turismo Sostenible 'Verode', donde se mostraron a los asistentes los valores y logros de la asociación, y el éxito de GCWF, así como el potencial que tiene Gran Canaria como destino de naturaleza y las acciones que se pueden llevar a cabo para seguir creciendo como destino.



Grabación del videoclip del violinista Robert Mendoza



Gran Canaria Walking Festival 2017



I Foro de Turismo Sostenible 'Verode'



La asociación Gran Canaria Spa, Wellness & Health ha cerrado un intenso 2017 de acciones promocionales encaminadas a la promoción de la isla como destino de salud y bienestar. En cifras, esta actividad promocional supuso la organización de 62 viajes de prensa, tanto de bloggers e influencers, como de prensa tradicional, lo que generó 405 publicaciones en medios de comunicación valoradas en más de medio millón de euros. Esto ha permitido que la imagen turística de Gran Canaria, en lo que a turismo de salud se refiere, haya alcanzado en 2017 una audiencia total que supera los 103 millones de personas en los diferentes mercados. A esto hay que sumar la asistencia a 8 ferias y eventos especializados en turismo de salud y bienestar en los diferentes mercados potenciales y el incremento del seguimiento en los canales propios de redes sociales, que cuentan en la actualidad con una comunidad de más de 13.000 usuarios.

Especialmente destacable son los progresos realizados en la promoción de Gran Canaria como

destino de turismo médico en África, fundamentalmente en los territorios de Marruecos, Senegal y Mauritania. En este sentido, Gran Canaria SW&H ha realizado numerosas acciones promocionales como la asistencia a ferias médicas en mercado africano, misiones comerciales directas e inversas, así como la captación de viajes de prensa para la difusión de las potencialidades de Gran Canaria como destino de turismo médico, favoreciendo así el conocimiento del destino en los países mencionados.

Asimismo y de cara a potenciar la presencia de Gran Canaria SW&H en el entorno digital, se lanzó la campaña 'Gran Canaria en La Piel', una serie de videos publicados en redes sociales protagonizados por bloggers e influencers de reconocido prestigio con el objetivo de transmitir las bondades de Gran Canaria como destino para relajarse y cuidarse.

Ana Fernández
en Gran Canaria



Feria Turismo
Médico - Itecare
2017



Hiba Abouk en
Gran Canaria



Press Trip Senegal



Sergio Carvajal



El corredor grancanario de larga distancia Marcos Yáñez, autor del blog 'Corro, luego escribo' y protagonista del documental 'No solo 18 horas', en el que se narra su recorrido de 120km por Islandia en un reto solidario en favor de la Fundación Canaria Alejandro Da Silva, se convirtió durante 2017 en imagen de Gran Canaria como destino de turismo de triatlón, running y cicloturismo de la mano de la asociación Gran Canaria Tri, Bike & Run, entidad encargada de la promoción de la Isla para la práctica de estas tres disciplinas deportivas.

Con Marcos Yáñez como protagonista, Gran Canaria Tri, Bike & Run lanzó una campaña promocional, a través de sus canales en redes sociales, destinada a comunicar las bondades y servicios que ofrece la isla y las empresas vinculadas a la marca a todos aquellos deportistas que desean practicar su disciplina favorita, con la posibilidad de hacerlo durante los 365 días del año gracias a las condiciones únicas que ofrece Gran Canaria. Asimismo, durante 2017 continuó la apuesta de la Asociación

por la promoción en el terreno digital, no solo con la realización de la campaña anteriormente mencionada, sino por la decidida apuesta en la traducción a idiomas de la web y la aplicación oficial de Gran Canaria Tri, Bike & Run, la mejora de funcionalidades y contenido en referencia a la difusión de eventos y empresas del sector, la implicación y colaboración en la organización de pruebas deportivas de las tres disciplinas, así como la promoción en materia offline con la asistencia a ferias y eventos de carácter específico.

Marcos Yánez



Gran Canaria Tri, Bike & Run
Publicado por Ana Del Pueyo Lassaletta (7) · 31 de agosto

La motivación, es la "gasolina", "chispa", el "motor", o la "energía" dentro de nosotros que nos incita hacer y continuar haciendo cosas y cumplir nuestros objetivos marcados 🏃🏻‍♂️🚴🏻🏊🏻‍♂️
#GCTriBikeRun #GranCanaria #GranDestino



👍 **Consigue más Me gusta, comentarios y contenido compartido**
Si promocionas esta publicación, se mostrará a más personas

👤 Se ha llegado a 5657 personas personas [Promocionar publicación](#)

Rendimiento de tu publicación

5657 Personas alcanzadas

7 Me gusta, comentarios y contenido compartido

7 Me gusta	7 En la publicación	0 En el contenido compartido
0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
0 Veces compartido	0 En la publicación	0 En el contenido compartido

8 Clics en publicaciones

6 Visualizaciones de foto	0 Clics en el enlace	2 Otros clics
---------------------------	----------------------	---------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Puedes haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones.

GranCanaria Tri, Bike & Run

Centros entrenamiento triatlón

Conoce y descarga todas las rutas de triatlón, bike y running y vive Gran Canaria.





Mapa de Amadori



Mapa de Las Cañadas



Centro Insular de Deportes de Gran Canaria



Club Deportivo Gran Canaria

GranCanaria Tri, Bike & Run

C/ Conde de S. Pedro, 1 - Las Palmas de GC
T: +34 928 567 508 | E: info@grancanariatri.com

© Copyright 2017 Gran Canaria Tri, Bike & Run. Todos los derechos reservados | Política de cookies | Política de privacidad | Aviso legal | Suscripción

GRAN CANARIA
EN LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN

11

“Secretos interiores de Gran Canaria”

Suplemento ‘Viajar’
La Vanguardia
(España)



“La isla que no esperas”

Torino Magazine
(Italia)

“Gran Canaria, hecha para las familias”

Viajar con hijos
(España)



“Una vez tomates, hoy turistas”

Revista Schweiz am Wochenende (Suiza)



“El camino de las mil curvas”

Motorrad Magazine (Austria)

“La otra Gran Canaria”

Migros Magazine (Suiza)



“La isla que sorprende”

Cotto e Mangiato Magazine (Italia)



“Grande en todos los sentidos”

Take a Break (Reino Unido)



“La isla ofrece playas, cadenas montañosas, bosques densos y paisajes áridos”

ADAC Reise Magazin (Alemania)

OFICINA DE LA
RENOVACIÓN
Y ALOJAMIENTOS
TURÍSTICOS

12

Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED)

El Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (SICTED) es un proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos promovidos por la Secretaría de Estado de Turismo, con el apoyo de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), que trabaja con empresas y servicios turísticos de hasta 32 oficios diferentes, con el objetivo de mejorar la experiencia y satisfacción del turista.

Gran Canaria se adhirió en 2009 y cuenta con 340 empresas comprometidas y 22 oficios diferentes.



Compromiso
de Calidad Turística

	Establecimientos adheridos en 2017 en Gran Canaria	Empresas distinguidas en 2016 en Gran Canaria	Total en 2017
Agencias de Viaje	4	0	4
Albergues	7	2	9
Alojamientos Rurales	53	36	89
Artesanos	7	0	7
Bares y Cafeterías	12	7	19
Bodegas	2	0	2
Campos de Golf	4	2	6
Comercio	34	6	40
Empresas de Transporte Turístico	0	1	1
Empresas de Turismo Activo	12	7	19
Hoteles	7	20	27
Museos	15	10	25
Oficinas de Información Turística	0	22	22
OPC'S	0	2	2
Otros Servicios	1	1	2
Palacio Congresos	0	1	1
Playas	0	1	1
Restaurantes	17	6	23
Seguridad Ciudadana	3	1	4
Servicio Turísticos de Salud	1	6	7
Taxis	22	4	26
Turismo Industrial	4	0	4
Total	205	135	340
Total Certificados Q			2

Mucho más que el cumplimiento de unas buenas prácticas

EL SICTED A TU ALCANCE

El equipo del Sicted durante 2017 ha visitado los municipios de la isla haciendo jornadas de captación y difusión del Sistema. Ha sido mucho más que un programa de acercamiento, consiguiendo: formar, asesorar, evaluar y crear sinergias en el entorno inmediato de las empresas, un gran esfuerzo por facilitar la incorporación de los negocios a la metodología de excelencia turística nacional



MÓDULOS FORMATIVOS

340 empresas han participado en 21 módulos formativos, más de 41 horas de formación.



**ASISTENCIA TÉCNICA
COLECTIVAS
(ATC)**

**202
EMPRESAS**

202 empresas han participado en 3 talleres colectivos, 181 de ellas en dos ocasiones.



Ciclo	Empresas
1	181 empresas han participado en 2 ATC
3	21 empresas han participado en 1 ATC

**ASISTENCIA TÉCNICA
INDIVIDUALIZADA
(ATI)**

Asistencia Técnica Individualizada. Más de 202 empresas han recibido la visita del asesor en las que ofrece sus servicios para orientar la mejora de la competitividad de los establecimientos participantes y, en concreto, el cumplimiento de los requisitos del Manual de Buenas Prácticas.

**202
EMPRESAS**

**340
EMPRESAS**

AUTOEVALUACIONES

340 empresas han de autoevaluarse e identificar aquellos aspectos susceptibles de mejora y perfeccionamiento, con el fin de poder establecer soluciones que elevan sus estándares de calidad de la empresa: servicio, instalaciones, personal, etc.

EVALUACIONES



169
EMPRESAS

169 empresas han sido evaluadas, proporcionando evidencias objetivas de cumplimientos en las buenas prácticas de los Manuales. Los informes positivos derivados de esas evaluaciones, se elevan a la Mesa de Calidad. El resultado posteriormente queda refrendado por el Comité de Distinción, aprobado definitivamente su distinción, respectivamente el 15 de junio y el 15 de diciembre.

En mayo se elevaron

46 informes de evaluación

En noviembre se elevaron

123 informes de evaluación

181
EMPRESAS



PLAN DE MEJORA

181 empresas han definido su plan de mejora y 159 empresas los han evidenciados (básicamente responden a- Incumplimientos de los requisitos obligatorios del manual. - Incumplimientos de los requisitos voluntarios del manual. - Sugerencias del gestor, asesor y/o del evaluador. - Sugerencias del personal de la empresa - Quejas y/o sugerencias de los clientes. - Encuestas de satisfacción. - Requisitos medioambientales, responsabilidad social corporativa, nuevas tecnologías, accesibilidad, etc.)

GRUPOS DE MEJORA

159 EMPRESAS

159 empresas han participado en grupos de discusión y debate (grupos de mejora) en los que participan los diferentes agentes implicados en la actividad turística y en el modelo SICTED para la identificación, propuesta y puesta en marcha de mejoras en el destino.

Estos grupos temáticos, han trabajado en comisión y han realizado un documento con las propuestas de acción, dirigidos a resolver el área de mejora o tema por el que se crearon. La mesa de la calidad determinará finalmente la viabilidad o interés de poner en marcha o no los proyectos de mejora propuestos por el grupo.



Estrenamos nuevas maneras de comunicar

www.grancanaria.com/turismo/es/sicted

Espacio dentro de la Web del Patronato de Turismo con posibilidad de:

1. Consultar las empresas comprometidas con el Sistema

2. Material informativo para:

- Las empresas que puedan estar interesadas con el sistema.

- Los turistas (en tres idiomas, en reconocimiento de las ventajas de la distinción).

3. Recibir el sincero agradecimiento a las empresas adheridas en reconocimiento a su trabajo de mejora permanente hacia la excelencia turística.

SICTED
La mejor herramienta para incrementar la competitividad turística de los destinos

Una herramienta voluntaria y gratuita de mejora continua con múltiples ventajas

Si quieres mejorar tu gestión interna PARTICIPA. Los destinos turísticos nacionales mejoran la calidad de sus servicios con este Sistema promovido por la Secretaría de Estado de Turismo (SET), con el apoyo de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), con el objetivo último de mejorar la experiencia y satisfacción del turista. Gran Canaria y sus empresas turísticas comprometidas participan en este Sistema.

Si quieres ser una empresa comprometida ÚNETE. Gran Canaria, como conciencia integral de destino, identifica objetivos comunes y proporciona un sistema integral y permanente de gestión de la calidad a implantar por ciclos de carácter anual, con una actitud de recuperación permanente y puesta en valor de los recursos y del espacio.

Gran Canaria Destino de calidad turística

- Si quieres mejorar la satisfacción de tus clientes PROGRESA
- Incrementa la cualificación del equipo, mediante el plan formativo. El resultado, con los que reducirá costes de correctivo en planificación, comercialización, gestión del personal, atención al cliente, etc. a favor de una actividad más sostenible.
- Recibe asistencia técnica que ofrece apoyo para la mejora.
- Incrementa la satisfacción de los turistas y fomenta su fidelización.
- Opta al distintivo Compromiso de Calidad Turística.

Compromiso a Calidad Turística

"Compromiso de Calidad Turística", Gran Canaria destino SICTED.

- El distintivo es el soporte que acredita el cumplimiento de los requisitos establecidos en la metodología y reconoce el esfuerzo y el compromiso con la calidad y la mejora continua, a la vez que distingue a la empresa frente a la competencia.
- El distintivo tiene validez bienal, aunque está condicionado a una evaluación anual de seguimiento.
- Se deben aplicar las normas de identidad visual que están a disposición de los distinguidos en la plataforma SICTED.
- Cuenta con una plataforma promocional de la calidad turística.
- Participa en el mayor proyecto de calidad turística desarrollado en España. Forma parte de las empresas/ servicios con un nivel de calidad homogéneo certificado.
- Incrementa la implicación y participación de los empresarios en el desarrollo turístico del destino.

www.facebook.com/Canariassicted

En el 2017 un gran esfuerzo en amplificar el facebook, con la mayor y mejor información de la actividad turística y de la actividad del Sicted en Gran Canaria.



Establecimientos Turísticos

Trámites realizados



Restauración: Bares y Cafeterías

Inicio de la actividad	599
-----	-----
Modificaciones	59
-----	-----
Bajas	71
-----	-----
TOTAL	729



Restaurantes

Aperturas	187
-----	-----
Modificaciones	44
-----	-----
Bajas	71
-----	-----
TOTAL	302



Establecimientos extrahoteleros favorables

Aperturas	(1.520 viviendas vacacionales)	1.537
-----	-----	-----
Modificaciones		178
-----	-----	-----
Bajas temporales		92
-----	-----	-----
TOTAL		1.807



Establecimientos hoteleros

Aperturas	11
-----	-----
Modificaciones	25
-----	-----
Bajas	5
-----	-----
TOTAL	41



Comercialización temporal de vino de cosecha

Aperturas	1
-----	-----
TOTAL	1



PUBLICIDAD
Y MARKETING

13

Shooting revista Glamour



Grabación de un videoclip de Lax Music en Tejeda



LAX - Locked Down Love (Official Video)

Lax Music

9,431 visualiza

Publicado el 30 may. 2017

"Locked Down Love" Canción del grupo gran canario LAX. Rodado íntegramente en Gran Canaria, ocupa gran protagonismo Tejeda uno de los pueblos más bonitos de España.

Click and Roll música y redes

La banda grancanaria Lax Music vuelve a la carga. Han estrenado hace muy poco su último tema, "LOCKED DOWN LOVE". El videoclip, rodado en Tejeda, fue estrenado el pasado 28 de mayo en los Multimedios Monopol.

LAX

News & Cuore | LAX se muda a Tejeda

Ayuntamiento de Tejeda

Les recomendamos que este viernes, 26 de mayo, a las 20:15h en el multimedios MONOPOL de Las Palmas de Gran Canaria, tendrá lugar la presentación del videoclip del grupo LAX grabado en Tejeda. Además se proyectará el documental "Tejeda, entre el cielo y la tierra" que grabaron algunos de nuestros mayores el pasado año. El que quiera ir en guagua desde Tejeda se deberá apuntar en el ayto de Tejeda antes de este jueves 25 y los que vayan por libre deberán sacar sus entradas, de manera gratuita, en el multimedios MONOPOL a partir de las 17h desde mañana hasta el viernes. Las plazas son limitadas. ¡Les esperamos!

Presentación de su nuevo videoclip rodado en Tejeda

LAX
LOCKED DOWN LOVE

Grabación en Gran Canaria del cortometraje del proyecto 'Fashionlins'



Grabación



Rueda de prensa de presentación de la grabación del cortometraje



Presentación del cortometraje en Gran Canaria Moda Cálida

Repercusión en RRSS

Se realizaron un total de **15 publicaciones** en el perfil de Facebook de Manuel Velasco, director del cortometraje que recibió **928 Me Gusta**. En su perfil de Instagram apareció el mismo número de publicaciones que generaron **1.610 Me Gusta**.



manuelvelasco Roque Nublo Siguiendo

103 Me gusta 2 días

manuelvelasco Creo que con este plano se me nota mucho que #AmazonasEnLaLuna es una de mis películas favoritas.

#KiraMiro @KiraMiro #Fashionlins @Fashionlins #CustoBarcelona @CustoBarcelona #GranCanaria #GranDestino

Manuel M. Velasco ha añadido una foto nueva al álbum Manuel 1 — con Laura Iza y 3 personas más en Gran Canaria. 17 de mayo a las 15:34 · Las Palmas de Gran Canaria ·

#CarMount #CameraGrip #Fashionlins #CustoBarcelona Custo Barcelona #GranCanaria #GranDestino #ModaCalida #GranCanariaModaCalida Gran Canaria Moda Calida Gran Canaria C.B. Gran Canaria



Manuel M. Velasco en Santa Mónica Suites Hotel 18 de junio a las 10:07 · Maslomas ·

Good morning from PARADISE! #DesdeMiVentana Gran Canaria... Ver más



Me gusta Comentar Compartir

Arto Gabriela María Delores Buenos días Manuel !! Me gusta · Responder · Compartir · 18 de junio a las 9:34

Mamen Barranco Martínez Parece una pintura. Invita a la calma. Disfruta Me gusta · Responder · Compartir · 18 de junio a las 9:48

Javier Pilar guoooooooooooo Me gusta · Responder · Compartir · 18 de junio a las 13:23

Beatriz Gómez Molinero Envidiosa Me gusta · Responder · Compartir · 18 de junio a las 14:07

Patricia Gallart Solo hay una cosa mejor que ver este lugar de ensueño. estar

Kira Miró 16 de junio a las 13:52 ·

Pisando fuerte y feliz a las órdenes de mi director @manuelvelasco después de presentar @fashionlins #grancanaria #fashionlins #proyectosquemolan @ciromiro y #fietyetal les hemos echado mucho de menos!



340 reproducciones

4.877 Me gusta 2 días

¡Buenos días desde el set! Seguramente estarán disfrutando de la mañana. Recomiendamos #ParadiseInSpain

#RealAgre Práctica #GranCanaria #GranDestino #CustoBarcelona #Fashionlins #ModaCalida

¡Hola! ¿Qué posibilidad de chicas hacen reconocerse si se tienen la mano de cuando a veces aparecen uno de los momentos más felices en las que puedes estar en un set? ¿Te gustaría? ¡Me encanta! #RealAgre #ParadiseInSpain

2.782 Me gusta 2 días

¡Buenos días desde el set! Seguramente estarán disfrutando de la mañana. Recomiendamos #ParadiseInSpain

#RealAgre Práctica #GranCanaria #GranDestino #CustoBarcelona #Fashionlins #ModaCalida

¡Hola! ¿Qué posibilidad de chicas hacen reconocerse si se tienen la mano de cuando a veces aparecen uno de los momentos más felices en las que puedes estar en un set? ¿Te gustaría? ¡Me encanta! #RealAgre #ParadiseInSpain

Por su parte la actriz protagonista Kira Miró, publicó un vídeo en su perfil de Facebook que obtuvo **340 reproducciones** y realizó **9 publicaciones** en Instagram que recibieron **42.886 Me Gusta**.

Repercusión en medios de comunicación

Canarias7



Radio Televisión Canaria



La Vanguardia



Canarias En Hora



Woman Madame Figaro



La Gaceta de Arucas

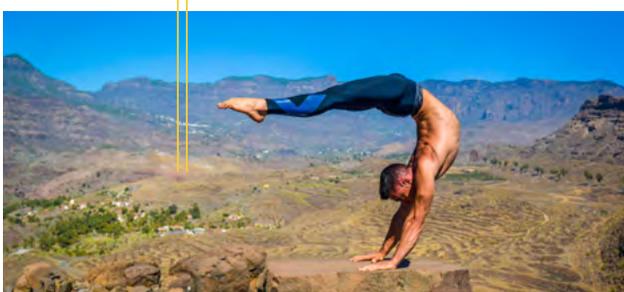
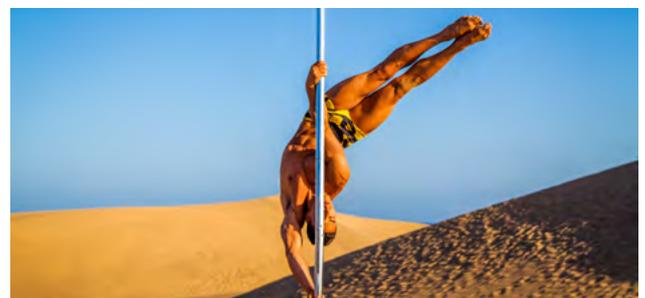


XTRA! Non Stop People



Campaña 'Mi lugar en el mundo'

Saulo Sarmiento



Carla Suárez. Campaña Digital

GranCanaria 18 de julio de 2017 ·

Esta gran tenista no ha parado de desafiar sus límites, luchando por cada juego con fuerza y valentía. La esperamos pronto en Gran Canaria para reponer fuerzas y continuar al más alto nivel #GranCanaria #GranDestino [Carla Suárez](#)

Gran Canaria is [Carla Suárez's](#) place to relax and train for next stop on tour. #GranCanaria #GreatDestination

123 1 comentario 65 veces compartido 3295 reproducciones

Reproducción Vídeo **256.942**
 Alcance de las imágenes **552.002**
 Me gusta **1.552**

GranCanaria 17 de octubre de 2017 ·

¿Conoces #GranCanaria? Descubre este #GranDestino de la mano de alguien especial, la tenista [Carla Suárez](#)

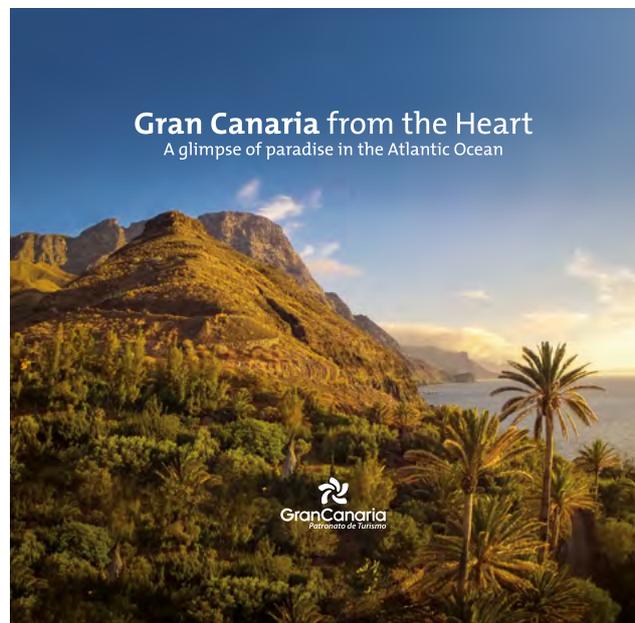
Have you been to #GranCanaria? Discover this #GreatDestination with someone special, namely top tennis player [Carla Suárez](#) <http://bit.ly/2xKLV0A>

Gran Canaria según Carla Suárez

La tenista de élite [Carla Suárez](#) nos hace algunas recomendaciones para disfrutar al máximo de Gran Canaria, su isla natal. Mucho antes de la hierba... [GRANCANARIA.COM](#)

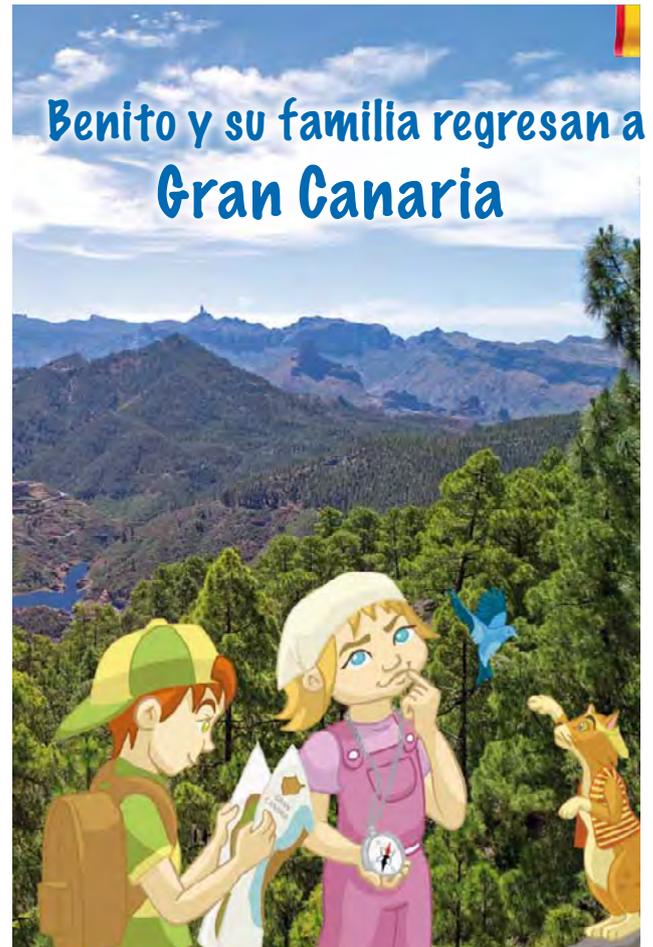
05 reacciones 1 comentario 20 veces compartido

Libro institucional 'Sentimientos de Gran Canaria' en inglés



Libro infantil 'Benito y su familia visitan Gran Canaria'

- Segunda edición



1. Jardín Canario

La primera parada que hicimos fue en el Jardín Canario. El día estaba espléndido. Ni te imaginas lo mucho que aprendimos sobre plantas, árboles, flores, insectos, reptiles y aves que abundan sobre todo en las Islas Canarias. Era como estar en un pequeño planeta.

Nos recorrimos el jardín y su vegetación despertó nuestra curiosidad. Yo me sentí a mis anchas y me entretuve persiguiendo a una abeja mientras Susana y Pedro jugaban al escondite.

—¡Quién no se ha escondido tiempo ha tenido! —gritó Susana.



3. Vega de San Mateo

La gente de la isla dice que el cielo en Gran Canaria es diferente. Así que decidimos pasar la noche en San Mateo y comprobarlo nosotros mismos. Pedro trajo sus prismáticos y unos señores nos dejaron mirar por un telescopio. Nos contaron que pasan muchas noches allí observando el cielo.

—Nosotros venimos aquí a menudo. El cielo es como la escuela... Siempre hay cosas que aprender de él. Es como si nos enseñara un lenguaje nuevo.



Ejemplos nuevos folletos

Folleto Ruta de Los Belenes- Diciembre

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

GRAN BELÉN CANARIO
ASOCIACIÓN DE BELENISTAS CANARIOS "LO DIVINO" (Iglesia De Santo Domingo)
Del 13 de diciembre al 7 de enero

GRAND CANARY NATIVITY SCENE BY THE CANARY BELENISTAS ASSOCIATION "THE DIVINE"
From 13th December to 7th January

BELÉN IGLESIA DE SAN TELMO
Del 16 de diciembre al 5 de enero

SAN TELMO CHURCH NATIVITY SCENE
From 16th December to 5th January

BELÉN PARQUE SAN TELMO
Del 15 de diciembre al 7 de enero. Abierto todo el día

SAN TELMO PARK NATIVITY SCENE
From 15th December to 7th January. Open all day

BELÉN PLAYA CHICA (Las Canteras)
Del 9 de diciembre al 7 de enero. Horario: Lunes a viernes de 17:00h a 20:00h y sábados, domingos y festivos de 10:00 a 20:00h

PLAYA CHICA NATIVITY SCENE
From 9th December to 7th January. Timetable: Monday to Friday from 17:00 to 20:00 and Saturday, Sunday and public holidays from 10:00 to 20:00

BELÉN CASAS CONSISTORIALES
Del 30 de noviembre al 6 de enero. Horario: Lunes a viernes de 9:00 a 18:00h

COUNCIL OFFICES NATIVITY SCENE
From 30th November to 6th January. Timetable: Monday to Friday from 9:00 to 18:00

BELÉN CIUDAD ALTA (Edificio Municipal del Canódromo)
Del 30 de noviembre al 6 de enero

NATIVITY SCENE AT CIUDAD ALTA (Canódromo Municipal Building)
From 30th November to 6th January

BELÉN DE ARENA PLAYA DE LAS CANTERAS
Del 1 de diciembre al 8 de enero. Horario: de 10:00 a 22:00h

LAS CANTERAS BEACH SAND NATIVITY SCENE
From 1st December to 8th January. Timetable: from 10:00 to 22:00

BELÉN CABILDO INSULAR DE GRAN CANARIA
Del 4 de diciembre al 6 de enero. Horario: de 10:00 a 22:00h

THE CABILDO INSULAR DE GRAN CANARIA NATIVITY SCENE
From 4th December to 6th January. Timetable: from 10:00 to 22:00

www.GranCanaria.com



Patronato de Turismo de Gran Canaria

Triana 93
35002 Las Palmas de Gran Canaria
Tel: (+34) 928 219 600
Fax: (+34) 928 219 601



www.grancanaria.com www.bloggrancanaria.com



Ruta de los Belenes

★

Nativity Scene Route

2017 / 2018

La celebración de la navidad nos da la oportunidad de volver a recorrer nuestra isla, esta vez con el objetivo de disfrutar de los belenes, una muestra muy gráfica de las características de cada uno de nuestros municipios. Cada pueblo añade, al tradicional portal de belén, elementos materiales e históricos propios de sus tradiciones más arraigadas. Su visita entronca con los costumbres más vivas de los grancanarios cuando llegan estas fechas, en casas de amigos y familiares.

★

Christmas is upon us once more and its celebrations give us another chance to get around the whole island, this time to take in all the Nativity scenes, with their highly graphic displays featuring each of the municipalities' individual traits. Each town adds its own special blend of historical and deep-rooted traditions to the standard Nativity displays. Visits to them tie in with real-life customs of the people of Gran Canaria around this time, as they spend time at family and friends' homes.

PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA

Folleto Shopping en Inglés

ECONOMIC AND FISCAL BENEFITS

No purchases will include VAT or any other special European taxes, just 7% local IGIC Canary tax. The low tax rate applied to certain products makes them **up to 10% and 30% cheaper than in the rest of Europe**. So perfumes, cosmetics, tobacco, alcohol, and to a lesser extent electrical appliances and vehicles are highly competitive on the island in terms of price.

Patronato de Turismo de Gran Canaria

Triana 93
35002 Las Palmas de Gran Canaria
Tel: (+34) 928 219 600
Fax: (+34) 928 219 601

www.grancanaria.com www.bloggrancanaria.com

SHOPPING IN GRAN CANARIA

NO VAT

GRAN CANARIA

ENJOY SHOPPING IN THE COMPANY OF A WARM SUN AND THE ISLAND'S PLEASANT TEMPERATURES EVERY DAY OF THE YEAR.

Shopping centres with all services and facilities, where you will find the most prestigious international, national and Canary brands.

Open air shopping areas spread all over the island.

Traditional Local markets with their special charm.

And to complete our wide range of shopping choices, our typical shops and Canary craft workshops, which bring together tradition and handmade items; you will find all these in Las Palmas at the Pueblo Canario, at Telde, Agüimes, and at our FEDAC shops.

GRAN CANARIA TOURIST BOARD

Ejemplos regalos promocionales

Carteles



Marcadores



Ejemplos de reportajes

Siete razones para un amor a primera vista

Gran Canaria es un lugar cautivador. Un pequeño edén en medio del océano Atlántico que enamora a sus visitantes. Escápate este invierno, estás a punto de sufrir un flechazo.



GRAN CANARIA, AN ISLAND WITH A GREAT FLAVOUR AND A LONG HISTORY

The capital's local markets show just how the traditional and the modern can live side by side in harmony

One of the top attractions for visitors coming to a city they have never been to before is to visit the traditional local markets, and to enjoy the fine local cuisine. Gran Canaria is no exception. The characteristic aromas, colours and flavours of the fresh produce blend in with the fruit, vegetable, meat and fish stalls that adorn the corridors of the local markets in Las Palmas de Gran Canaria, the island's capital, thus creating an original space for buying the best basic ingredients or if they prefer for trying out the cutting edge local gastronomy.

The Market of El Puerto is located at the isthmus that connects the bustling area of the Port of La Luz y de Las Palmas with the stunning Las Canteras Beach. It features a modernist architectural style and is the first food market in the Canaries to have added

a range of gastronomic choices. It was inaugurated back in 1891, the design of Frenchman Gustave Eiffel, the designer behind the famous Eiffel Tower in Paris.

The market has a varied choice of culinary delights which sources its ingredients from all around the world, while alongside these featuring some delicious local recipes, made from the finest seasonal products and the truly special touch of the expert local chefs. The building's terrace, which has been declared a Site of Cultural Interest, has become one of the city's trendy hotspots for those coming for a social drink after work.

In another part of the city, at the historical town centre, the Vegueta Market stands proud. Opened in 1858, its near 160 years of



Gran Canaria la tierra donde se fusionan las culturas

Una rica oferta cultural se abre paso en Gran Canaria como resultado de varios siglos de transformación constante. De la misma manera que los vientos alisios explican su milagro climático, su situación geográfica en medio del Atlántico ha posibilitado una fusión que hizo del Museo y Parque Arqueológico de la Cueva Pintada de Gáldar, que se asienta sobre un poblado al que se dedicó más de 24 años de excavación y conservación.



El patrimonio que los antiguos pobladores de la isla legaron ha sobrevivido durante cientos de años. Es el origen de festejos populares que aún se celebran y ha dejado su impronta en una gastronomía impagable al paso del tiempo. Las crónicas de la conquista hablan de una sociedad jerarquizada cuya huella puede ser observada en la actualidad. Uno de los vestigios simbólicos de ese pasado es el Museo y Parque Arqueológico de la Cueva Pintada de Gáldar, que se asienta sobre un poblado al que se dedicó más de 24 años de excavación y conservación.

El Centro de Interpretación del Roque Bentayga, en el municipio de Tejeda, demuestra que la riqueza cultural de Gran Canaria puede ser contemplada en un entorno paisajístico envidiable. Esa instalación, ubicada en el cráter espiritual del mundo aborigen, se encarga de divulgar las manifestaciones artísticas, los rituales y las costumbres de los indígenas, de cuya época también data el Cenobio de Valerón, un espectacular granero vertical colgado de un barranco.



Tras su incorporación a la corona de Castilla, la isla emergió como plataforma tricontinental. El continuo flujo de viajeros y los nuevos colonos favorecieron un intercambio aún vigente en la arquitectura local y en las manifestaciones artísticas de escultores y pintores. La Catedral de Las Palmas de Gran Canaria, el Gabinete Literario o el Auditorio Alfredo Kraus ilustran la convivencia entre estilos y épocas diferentes. Contrastes que también quedan patentes en una extensa red de museos que preservan lo mejor de su historia y etnografía.

La Casa de Colón, un diamante en el barrio de Vegueta, fue testigo del paso del navegante durante la primera expedición a América (1492). El conjunto arquitectónico conserva instrumentos navales, cartografía y arqueología precolombina, entre otros bienes de interés. A sólo unos pasos se encuentra el Centro Atlántico de Arte Moderno con sus más de 2.500 obras dedicadas a África, Europa y América. La Casa Museo de Benito Pérez Galdós, que expone en Trilana objetos personales del escritor canario más universal, es otro lugar que merece una inspección sosegada.



Viaje a la Gran Canaria más íntima

Casi la mitad de la superficie de Gran Canaria fue declarada Reserva de la Biosfera por la Unesco en 2005 como reconocimiento a la incalculable riqueza de sus especies y un estado de conservación que ha reducido la acción del hombre a la mínima expresión. Es hasta a veces perceptible en los espacios naturales protegidos que emergen ante los ojos del visitante. En el interior y en la montaña, cada porción de tierra encierra una genuina pirámide de belleza.

La caldera de Tejeda ofrece una imponente panorámica del sector noroccidental de la isla. Allí descansan el Roque Nublo y el Roque Bentayga, dos monolitos basálticos emblemáticos para los habitantes de Gran Canaria. El Pico de las Nieves preside la cumbre desde sus 1.949 metros de altitud.

Ese espectacular decorado, adormecido por el silencio, es la excusa perfecta para entrar en contacto directo con la herencia viva que ha legado la Macaronesia. La flora de Gran Canaria se ha granjeado el respeto de la comunidad científica desde hace siglos. Aquí residen más de cien tipos de vegetales que no pueden ser apreciados en ningún otro rincón del planeta. Bosques de laurel y imponentes pinos invitan a una inmersión profunda en un entorno bendecido por un clima privilegiado. Los amantes de la botánica tampoco deben perderse la extensa muestra recopilada en el Jardín Viera y Clavijo.

Toda la biodiversidad que atesora Gran Canaria puede ser contemplada desde su Red de Miradores: 31 refrescantes balcones que aseguran las mejores vistas. Lo escarpado de su orografía confiere a la isla un especial atractivo para la práctica del senderismo, la escalada o el ciclismo merced a un abundante número de rutas de diferente complejidad técnica.

La oferta alojativa incluye casas y hoteles rurales repartidos por toda la geografía insular. Descubre retiros espirituales donde es posible olvidar el estrés entre barrancos y parajes escondidos. Refugios para deleitarse ante un mirador llamado Gran Canaria que ha preservado su inocencia durante millones de años.

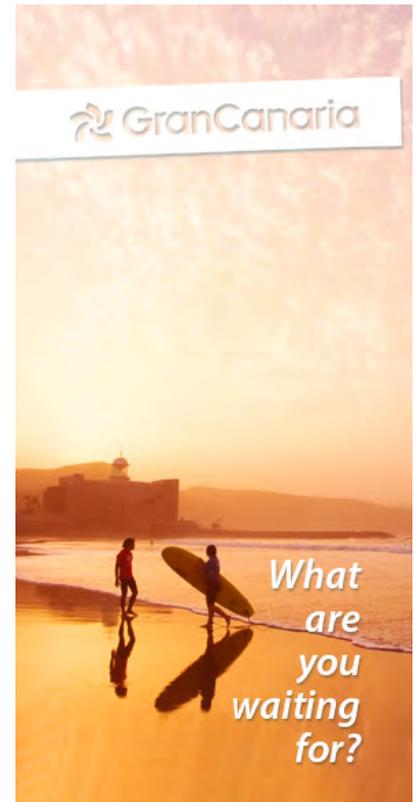



Más información en www.grancanaria.com



Más información: www.grancanaria.com

Ejemplos de banners



Ejemplos stands

BAT Mahana Toulouse



Mundo Abreu



ESCLA 1/10

ENTRADA

LATERAL 01

LATERAL 02

TRASERA



Feria del Atlántico



Feia Internacional del Atlántico



Diseño y ejecución de la marca Sanmao

VERSIÓN PRINCIPAL

RUTA
SAN MAO

VERSIÓN CONJUNTA



VERSIÓN CONJUNTA UNA TINTA



VERSIÓN CONJUNTA B/N



Actualización dossier de prensa para la web profesional

ALE

ES

FR

EN



Actualización de folletos

Nueva portada catálogo general



Nueva portada guía de ocio



Nueva portada mapa



Campaña programática Reino Unido

Banner
bike

Banner
golf

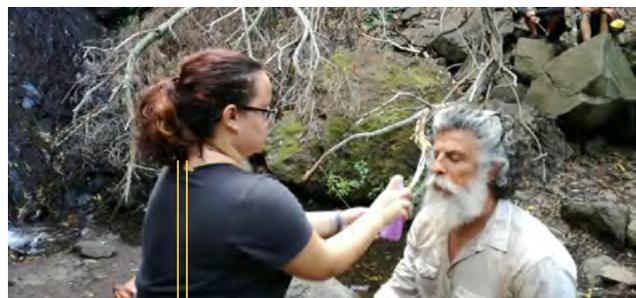
Banner
náutico

Banner
senderismo

Banner
wellness



Rodaje 'Isla de Cuento'



Campaña denominación Gran Canaria

Cartel

RECUERDA, *eres:*
GRANDE

Porque nuestra isla
👉 **DIO NOMBRE A TODO EL ARCHIPIÉLAGO**

Ya en 1393
👉 **FUE CITADA COMO "CANARIA LA GRANDE"**

Y desde el Fuero Real de 1494
👉 **NUESTRA ISLA SE LLAMA "GRAN CANARIA"**

Tarjetón 'Si VIENES A...'

RECUERDA, *si vienes a:*
NUESTRA ISLA

NO
vienes a: **LAS PALMAS** ❌ 😞
vi a: **GRAN CANARIAS** ❌ 😞
vi a: **LA PALMA** ❌ 😞

Imán

RECUERDA, *eres de:*
GRAN CANARIA

Cabildo de Gran Canaria
Gran Canaria

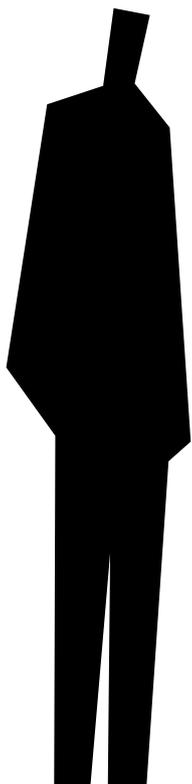
Congreso Gran Canaria Spring Symposium on Challenges in Sustainable Tourism Development



SSTD2017
II Spring Symposium on Challenges in Sustainable Tourism Development
May 18th and 19th, 2017. GRAN CANARIA ISLAND / SPAIN

www.tides.es

Jornadas Gran Canaria Destino Turístico Starlight



2017 - AÑO INTERNACIONAL DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO

GRAN CANARIA DESTINO TURÍSTICO STARLIGHT

2 DE MAYO 2017

2017 - AÑO INTERNACIONAL DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO

2 DE MAYO 2017

GRAN CANARIA DESTINO TURÍSTICO STARLIGHT

Centro Demostrador de INFECAR LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Jornadas por la defensa del cielo nocturno y la promoción del turismo bajo las estrellas

Estas jornadas tienen como objetivo principal alambicar el primer foro de debate sobre el potencial y las oportunidades para el desarrollo de nuevas actividades y productos turísticos basados en las excelencias de los cielos de Gran Canaria. El encuentro aspira a contar con la presencia de los principales actores interesados en el proceso iniciado de declaración de amplias zonas de la isla como Destino Turístico Starlight, promovido por el Cabildo de Gran Canaria.

Los Destinos Turísticos Starlight son lugares visitables, que gozan de excelentes cualidades para la contemplación de los cielos estrellados y que, al estar protegidos de la contaminación lumínica, son especialmente aptos para desarrollar en ellos actividades turísticas basadas en ese recurso natural.

Los Destinos Turísticos Starlight no sólo deben acreditar la calidad de sus cielos, la de sus recursos asociados y los medios para garantizar su protección, sino también las adecuadas infraestructuras y actividades relacionadas con la oferta turística y su integración en la naturaleza de forma sostenible.

A los espacios privilegiados que permiten en la isla de Gran Canaria contemplar las estrellas y realizar actividades astroturísticas en imponentes escenarios naturales, como los que jalonan la Reserva de la Biosfera, se suma el hecho de que el ámbito de la Cabrera de Rajón, bajo la denominación de "Paisaje Cultural de Rico Cielo" y los Espacios Sagrados de Montaña de Gran Canaria, se encuentra en avanzado proceso para ser inscrito en la Lista del Patrimonio Mundial. Unos parajes que acogen excepcionales recursos relacionados con la astronomía cultural de los antiguos canarios y que refuerzan, aún más, las cualidades y oportunidades para el turismo de conocimiento y la educación apoyadas en los cielos de la isla.

Las jornadas se celebran en el marco del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo de las Naciones Unidas, por lo tanto, una ocasión ideal para el lanzamiento de esta iniciativa en sintonía con los objetivos del 2017: la promoción de acciones innovadoras de turismo sostenible que contribuyan al desarrollo de las comunidades locales.

PROGRAMA

<p>10:00 Presentación de las Jornadas Antonio Morales Presidente del Cabildo de Gran Canaria</p> <p>10:20 Abriendo las ventanas al cielo estrellado Gloria Martí Coordinadora de la Iniciativa Starlight y consultor en la UNESCO.</p> <p>10:40 Rico Cielo y los espacios sagrados de montaña de Gran Canaria José de León Responsable del Proyecto, Promotor de Patrimonio Histórico, Cabildo de Gran Canaria.</p>	<p>11:00 Otra manera de iluminar es posible Javier Díaz Casero Oficina Técnica para la Protección de la Calidad del Cielo (OTPC-IC)</p> <p>11:20 Los cielos de las montañas de Gran Canaria Fern Rodríguez Responsable de AstroEduca</p> <p>11:40 COFFEE BREAK</p> <p>12:00 MESA REDONDA Y EXPOSICIONES Las experiencias de La Palma, Fuerteventura y Tenerife como destinos turísticos Starlight.</p>	<p>Con la participación de:</p> <p>Alicia Vanostende Consejera de Turismo del Cabildo de La Palma</p> <p>Alberto Bernabé Igea Consejero de Turismo del Cabildo de Tenerife</p> <p>Tony Gallardo Director-Encargado de la Reserva de Biosfera de Fuerteventura</p> <p>Íñigo Jiménez Martín Consejero de Turismo del Cabildo de Gran Canaria</p> <p>13:00 Debate general, intervenciones de los participantes, conclusiones y propuestas.</p> <p>13:30 FIN DE LA JORNADA</p>
---	---	--



III Foro Nacional
COMUNICACIÓN
TURÍSTICA

#OVB17

Auditorio de Alfredo Kraus

28
SEPTIEMBRE
2017



PATROCINA:



III Foro Nacional de Comunicación Turística Overbooking Gran Canaria 2017

El III Foro Nacional de Comunicación Turística - Overbooking Gran Canaria ofreció a empresarios e instituciones las herramientas necesarias para lograr incrementar el impacto promocional del destino y beneficiarse de las enormes posibilidades que ofrece el entorno digital, el análisis de las opiniones de los usuarios, así como las nuevas estrategias de comunicación de marca y marketing turístico.

Como en cada edición el Cabildo de Gran Canaria patrocinó este encuentro profesional que se celebró en el Auditorio Alfredo Kraus y, bajo el título 'Comunicar marca en un entorno omnicanal', reunió a 20 ponentes con destacada experiencia profesional en un programa compuesto por talleres, ponencias, diálogos y casos de estudio.



La comunicación digital está en continuo proceso de cambio, por lo que las marcas deben ofrecer un mensaje atractivo y diferenciado que consiga destacar en unos canales informativos marcados por una gran competencia, pero que a su vez, permiten llegar de forma directa y concisa a potenciales turistas.

El 'Networking' ocupó un espacio fundamental en la agenda del foro y el público asistente tuvo la ocasión de entablar diálogos con otros interlocutores, beneficiándose de las ventajas de una conversación fluida y cercana en un entorno en el que el marketing turístico lo dominó todo. Por primera vez, se dispuso de un espacio para proyecciones audiovisuales en el que se emitieron algunos de los spots y campañas más interesantes de la historia del marketing turístico.





El III Foro Nacional de Comunicación Turística - OVB Gran Canaria se ha convertido en un espacio dedicado al aprendizaje y al debate en el que los profesionales de empresas turísticas encuentran soluciones, ideas y propuestas para reforzar su imagen. Iberia Express volvió a apostar por OVB Gran Canaria, convirtiéndose por segundo año consecutivo en la aerolínea oficial del Foro, que contó con el patrocinio de Satocan Telefónica, Aon, Alfa 90, FeelTourist, Hospitales San Roque y Avis.



“En el nuevo entorno digital, donde las DMO pueden aportar mayor valor es colaborando con empresas locales, conociendo a los clientes, participando en conversaciones con diferentes tribus (), tomando el papel de **expertos indiscutibles** en el destino, dando protagonismo a la **actualidad**, las **novedades**...Aportando valor mediante la **promoción en el propio destino** (). Potenciar la red de oficinas de información turística, con una potente plataforma de comunicación como hace Gran Canaria, ese es un camino hacia el éxito”.

**Arminda Ariles
y Sergio Moreno,
TIDES ULPGC.**

(#NuestroGranDestino. 05/02/18)

PROMOCIÓN
DIGITAL

15



Posicionamiento en la red. El rol a ocupar: 'especialistas en las novedades del destino Gran Canaria'

En este ejercicio nuestra Unidad continuó desarrollando su estrategia digital 2017-20, orientada sobre tres ejes:

1. Implicación en **procesos de formación continua** del Patronato de Turismo de Gran Canaria, en lo referente al campo digital.
2. Creación de **contenido de marca**, competitivo y de actualidad, diferenciado del contenido generado por el turista.
3. Desarrollo de un ambicioso sistema de servicio en destino, una **red de especialistas** en Gran Canaria.

EJE 1. **Impulsando talleres de formación.** **Transformación digital.**

La propia naturaleza del trabajo en torno a la comunicación digital nos obligó durante años a un proceso de formación continua necesario para aplicar los cambios propiciados por la tecnología.

Nos implicamos, por ello, en el proceso de transformación digital, participando en el diseño de contenidos de formación para compañeros, y también para terceros, ampliando el rol de entidad abierta de la Institución. Participar en los planes de formación se complementa con los procesos de producción: reconvertimos a los mejores proveedores en formadores para la actualización de competencias.

EJE 2. **Crear contenido competitivo.** **Lo inmediato, la mejor oportunidad.**

El Patronato Turismo sólo podrá tener una estrategia potente de comunicación digital si orienta su promoción online a lo que ocurre **hoy en el destino**. A lo que está sucediendo ahora, mañana, esta semana. A lo inmediato.

El contenido relacionado con vacaciones genera un negocio de primer orden. Y hay millones de nodos que buscan atraer a los usuarios de la web para ganar ingresos con su atención. Nuestra marca es sólo una más en una red gigantesca de intereses.

Lo actual. Lo novedoso. Lo local. Es la única oportunidad de diferenciar los soportes de marca dentro de la economía de la atención.

EJE 3. **Un escalón más para la red de informadores turísticos.** **El gran proyecto de futuro.**

Para generar contenido de valor hacen falta muchos aportes, muchas personas involucradas en un proceso de producción complejo, enfocado a ganar inmediatez.

Ayudamos a los informadores turísticos para mudar a ese rol, invirtiendo en formación continua. En 2017, los compañeros de los municipios de Gran Canaria continúan creciendo profesionalmente para convertirse en generadores de contenido de actualidad.

Conectando a los ‘especialistas’ en las diferentes zonas de la Isla bajo una **red común**, tejemos un sistema de información inmediato, con los mejores ‘corresponsales’ de la actualidad turística.

Teniendo en cuenta los tres ejes de la estrategia digital del Patronato de Turismo de Gran Canaria, desarrollamos estas tareas dentro del **PLAN DE ACCIONES**:

Formación a medida para la Red de Informadores de Gran Canaria

Para crear un nuevo sistema de información para la Isla debíamos invertir antes en formación continua. Preparamos a los informadores de los municipios para afrontar el cambio con seminarios prácticos:

1. Prevención y resolución de conflictos con el turista.
2. Factores claves para fidelización del turista.
3. Herramientas de comunicación motivacional en organizaciones turísticas.
4. Transformación Digital de las Oficinas de Turismo.
5. Hootsuite y Pirendo. Herramientas para seguir profesionalizando la gestión digital turística.
6. Yo tuiteo, tú facebookeeas, ellos instagramean.

* Programa de formación que ampliaremos en 2018.



Colaboración en un programa de formación para empleados del Patronato de Turismo de Gran Canaria

En coordinación con el departamento de Recursos Humanos, con soporte de la **Escuela The Valley DBS**, ofertamos formación digital para los empleados de departamentos comerciales.

Un total de 12 talleres impartidos por profesionales del sector digital, tematizados en base a nuestra actividad. Facilitando a los técnicos la creación de agenda, la actualización de información o la renovación de procesos. Formación abierta a la participación de **Asociaciones de Producto y proveedores**, intentando fomentar una red de colaboración con las empresas hermanas. Los seminarios facilitaban de forma secundaria la generación de **contenidos corporativos**, para medios propios o publicity.



Estos han sido los contenidos:

- Herramientas digitales para medir influencers.
- Métricas y ROI.
- Estrategia de marca en RRSS.
- Vídeo-marketing.
- Reputación en medios sociales.
- Publicidad programática.
- Branded content.
- Transformación digital y nuevo consumidor.
- Branding: cómo impulsar marcas en el mercado digital.
- Mobile marketing.
- Cómo gestionar una crisis de reputación.
- Marcas turísticas en Instagram.

Talleres digitales para Asociaciones de Producto

Siguiendo la misma línea de colaboración, preparamos un tercer bloque con formación sobre herramientas digitales, específico para las **Asociaciones de Producto**.

Más allá de la mejora común de conocimiento y competencias, la formación con las empresas público-privadas nos permitía trazar líneas de **trabajo colaborativo** con los compañeros, líneas que se aplican hoy, en el día a día.

El programa constó de estos contenidos:

Estrategia digital para las marcas de las Asociaciones de Producto.

Gestión de crisis. Buenas y malas prácticas.

Tendencias en Facebook. Gestión en Canvas



Nuevos formatos de medios sociales para impulsar la marca

VÍDEOS SOCIALES CON PLANTILLAS.

2017 fue el año de consolidación del vídeo como gran formato de comunicación de marca. Para adaptarnos al momento del mercado cerramos un plan de contenido que facilitó la publicación de **+ de 40 vídeos**, sólo en Facebook.

Un continuo de piezas que generaban una audiencia total acumulada de **+ de 400.000 visualizaciones**, sólo en la cobertura de la propia fanpage.

VIDEOS SOCIALES EN FORMATO 'PLAYGROUND'.

Testamos la edición de vídeo-píldoras, en formato 'Tasty', empaquetadas casi como vídeos 'playGround', para promocionar la gastronomía. El formato, enfocado a su aprovechamiento en mobile marketing, permitía producir en plazos cortos y generar contenido con durabilidad.



VISITAS VIRTUALES PARA REDES SOCIALES Y WEB EN FORMATOS 360°

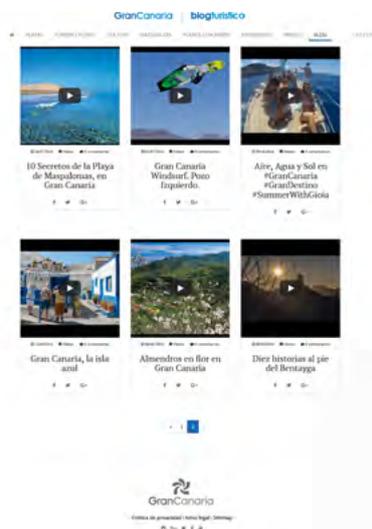
Contratamos una serie de piezas con visitas virtuales, uno de los contenidos con mejor respuesta en los medios sociales de la marca durante 2017.

Contenido en nuevos soportes

Ha sido un año de fuerte irrupción de la tecnología de popularización de formatos de realidad extendida y, sobre todo, de transformación de la planificación de medios publicitarios por la alta penetración del uso del móvil. El mobile-marketing pasa a ser parte central de la estrategia del departamento web, por lo que iniciamos el desarrollo de los siguientes proyectos:

NUEVA SECCIÓN VÍDEOLOG - BLOG TURÍSTICO.

Como complemento a la difusión de vídeos en las grandes plataformas (YouTube, Facebook), creamos nuevos soportes en la web, sólo con piezas de vídeo. El primero de estos espacios es el **vlog del blog turístico**.



APLICACIÓN DE EVENTOS DE INTERÉS TURÍSTICO DE GRAN CANARIA.

El trabajo back-office en 2017 con la nueva aplicación del Patronato de Turismo tendrá pronto reflejo online, con el lanzamiento de una aplicación competitiva. La aplicación de eventos servirá para incentivar una mejor experiencia del turista en la Isla.



MAYOR INVERSIÓN EN CONTENIDO EN EL 'BLOG TURÍSTICO', EL PERIÓDICO DE MARCA DEL PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA

Hicimos crecer el formato con una nueva versión en lengua alemana. Actualmente generamos contenido de branding con mayor alcance, orientado a la generación de publicity y a anexar el branding de marca con eventos de plena actualidad.



TECNOLOGÍA PARA OFICINAS DE ATENCIÓN AL TURISTA, 'REALIDAD EXTENDIDA'.

El plan de renovación de las Oficinas Insulares de Turismo necesitaba contar con nuevo contenido, capaz de llamar la atención del visitante. Creamos un bloque de audiovisuales adaptados a los soportes multimedia de la nueva oficina de Triana, 'pantallas tótem' y 'vídeo wall'.

Hemos adquirido producciones en 360° (vídeo e imágenes) y contenido de realidad virtual que se muestra al visitante de nuestra oficina de turismo de la calle



Impulso a los principales soportes de branding digital del Patronato de Turismo de Gran Canaria

+124.000 seguidores

La fanpage **@MyGranCanaria**, cuenta central de la marca en Facebook, es el soporte publicitario de mayor tamaño del Patronato: una comunidad de audiencia afín y altísimo nivel de interacción.

Un medio propio con una audiencia ganada de +124M seguidores, gestionado bajo un servicio 24/7, para el que invertimos en contenido ad-hoc.



+ 20.000 seguidores

Nuestro canal en Instagram obtuvo masa crítica y supera con creces su primera etapa de desarrollo. El Patronato dispone de otra comunidad SM para difundir material gráfico a bajo coste. La atención al usuario en la cuenta IG se gestiona en un servicio 24/7.



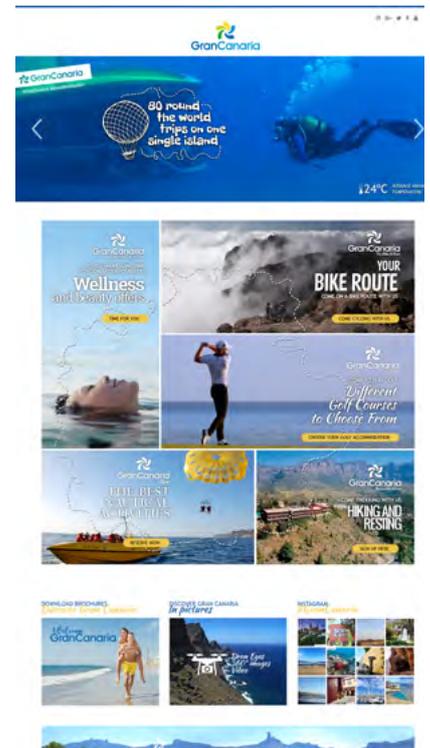
+ 1.600.000 visualizaciones

Nuestra cuenta Youtube oferta 21 listas de reproducción con centenares de vídeos, ahora en todos los idiomas del sitio web turístico, generando posicionamiento web y dando soporte a la difusión de las campañas de marketing del Patronato.

Participación en campañas digitales con nuevas fórmulas publicitarias

PUBLICIDAD CON FACEBOOK ADS. CAMPAÑAS 'ME GUSTA' - CAMPAÑAS CLIC-TO-WEB

Con la experiencia ganada en la gestión de +124M seguidores de @MyGranCanaria, comenzamos a utilizar Facebook como soporte para campañas de nicho. Lanzamos anuncios CPC que monitorizamos directamente, en acciones segmentadas, con control de gasto medido.



APOYO CAMPAÑA PROGRAMÁTICA REINO UNIDO

Hemos dado soporte a una amplia acción comercial desarrollada por el departamento de Mercado Reino Unido con sistemas de publicidad programática. La campaña de las compañeras de mercado y marketing más las asociaciones de producto, puede dar como resultado un primer paso para crear bases de datos propias que abaraten la inversión publicitaria digital en los próximos años.

Creación de estrategias de branding social y gestión de patrocinios

En 2017 desarrollamos un modelo nuevo de contenido de branding en medios sociales, orientado a crear relación con públicos de interés. Piezas con personas reales, con recomendaciones reales, que regalan credibilidad y a veces viralidad. Su mayor valor: incorporar a profesionales de valía al marketing turístico de Gran Canaria.

Bajo esa idea creamos, junto al departamento de Producto y el departamento de Marketing, el recetario web [#IslaMezclada](#).



Un bloque de contenido que ha generado un radial de piezas de promoción social de la gastronomía de la Isla:

- Contenido web en varios idiomas.
- Contenido social media para medios propios y para difusión por terceros.
- Un evento que generó publicity en medios locales.
- Piezas de comunicación offline producidas junto al departamento de Marketing.
- Contenido de soporte para 'SaboreaGranCanaria'.
- Contenido para medios corporativos.
- Contenido de soporte para actos de RRPP (ferias, eventos etc.)

'Las Manos de Gran Canaria', promoción social de artesanía local, repite idéntica intención y un mismo objetivo de marketing. La nueva campaña, desarrollada en colaboración directa con la Fundación para la Etnografía y el Desarrollo de la Artesanía Canaria (FEDAC) de la Consejería de Industria del Cabildo de Gran Canaria, inicia su producción en octubre de 2017 para su próximo lanzamiento en febrero de 2018.



Junto a lo anterior, gestionamos acciones de patrocinio en el campo digital: en 2017 atendimos la colaboración económica encomendada con **Nomad City Gran Canaria** y con los medios sociales de la **Unión Deportiva Las Palmas**.

Desarrollo de un plan de RRPP que nos conecta con el grueso de grupos de interés del destino



ANABEL RIVERO: "NECESITAMOS MEJORAR LA FORMACIÓN EN TODA LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO"

'NUESTROGRANDESTINO', PROGRAMA DE HOSPITALIDAD Y FOMENTO DEL TURISMO EN GRAN CANARIA

La revista digital **#NuestroGranDestino** nace como campaña de promoción del turismo, una acción de RRPP que reivindica la industria de la hospitalidad entre la población local.



JOSE GIL: "A LOS JÓVENES QUE QUIERAN TRABAJAR EN TURISMO LES ACONSEJO HONESTIDAD Y ESFUERZO"

Es una campaña de sensibilización pública, con los trabajadores del turismo como público objetivo principal. Casi una acción de RSC, por cuanto pone el foco en la vindicación de l@s profesionales turísticos, personificando valores de esfuerzo y excelencia en personas reales. Se desarrolla el proyecto con enfoque digital, la línea de trabajo rentable en marketing social.

El blog #NuestroGranDestino, que nace en verano de 2017, alcanza, en sólo 6 meses, una altísima respuesta en cobertura, autogenerando su propia audiencia y abriendo espacio para el cruce de contenidos con otros soportes del Patronato.

GranCanaria
Nuestro Gran Destino

INICIO PROFESIONALES TURÍSTICOS FORMACIÓN DIGITAL GRACIAS A TI



DESENTRAÑAMOS LAS RAZONES DE LA FIDELIDAD DEL TURISTA CON ARMINDA ALMEIDA Y SERGIO MORENO, DEL INSTITUTO TIDES

Profesionalización del posicionamiento en buscadores y del análisis ROI en medios sociales

CONSULTORÍA SEO. INFORMES PERIÓDICOS DE AJUSTE DE CAMPAÑAS

2017 fue el primer año con recursos para iniciar procesos de SEO en los contenidos web. La ayuda de servicios especializados de posicionamiento en buscadores y medios sociales facilitaba una rentabilidad mayor de la inversión, con un plan de trabajo continuado. Nuestros contenidos se generaron en 2017 con enfoque al robot del buscador, midiendo la respuesta con herramientas de ROI.

España		Alemania		Inglaterra	
Keywords	Search	Keywords	Search	Keywords	Search
gran canaria	60.500	gran canaria	165.000	gran canaria	110.000
maspalomas	18.100	wetter gran canaria	49.500	gran canaria map	3.600
playa del ingles	9.900	maspalomas	14.800	map of gran canaria	2.900
amadores	5.400	gran canaria sehenswürdigkeiten	4.400	where is gran canaria	1.900
puerto rico gran canaria	4.400	gran canaria maspalomas	3.600	mogan gran canaria	1.600
puerto de mogan	4.400	wetter auf gran canaria	3.600	canarian potatoes	1.600
playa de las canteras	4.400	webcam maspalomas	3.600	gran canaria points of interest	1.000
que ver en gran canaria	4.400	gran canaria karte	2.400	puerto mogan gran canaria	880
mogan	4.400	san agustin gran canaria	2.400	gran canaria pogoda	880
playa del inglés	3.600	puerto rico gran canaria	1.900	gran canaria webcam	720

CONSULTORÍAS BENCHMARKING EN MEDIOS SOCIALES

Monitorizamos el alcance de los contenidos en medios sociales, analizamos la actividad de nuestra competencia, y elaboramos informes de benchmarking de las marcas turísticas de referencia, mediante auditorías periódicas de los medios sociales.

Mejoras en los servicios back-office

El departamento digital de una DMO se parece mucho a un hotel.

En un hotel el cliente sólo llega a ver el resultado final del trabajo. No lo que ocurre en cocinas, en el back office o en la labor de gestión. Sólo conoce el diseño final de su estancia.

Nuestro departamento asume, como el hotel, un trabajo laborioso de índole técnica fuera de la vista del usuario. Trabajo que gira alrededor de las herramientas de administración de contenido, una labor que luego facilita que las páginas de promoción turística se sirvan correctamente a más de dos millones de usuarios al año.

Entre las tareas desarrolladas, afrontamos dos retos principales:

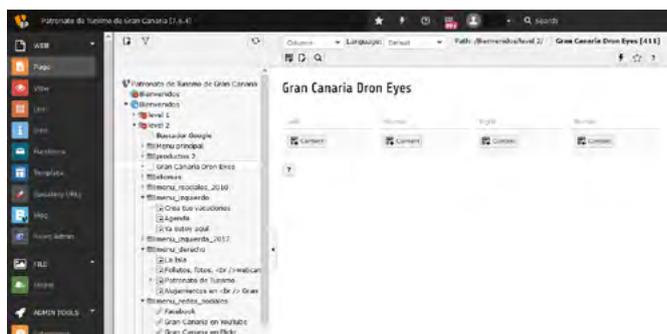
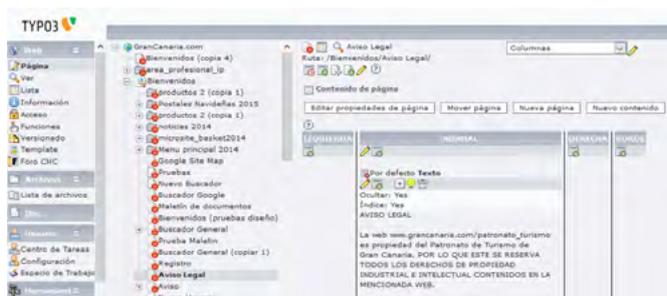
1. La migración de contenidos a un nuevo servidor.
2. La actualización del gestor de contenidos del portal turístico.

MIGRACIÓN A UN NUEVO SERVIDOR

En 2017 se puso en marcha un nuevo servidor con las últimas versiones de PHP, SQL y Apache. Dotamos a nuestros soportes de marca de un mayor nivel de seguridad ante posibles ataques y abrimos también la posibilidad de utilizar las últimas herramientas de programación web, las más avanzadas.

La inversión en esta actualización permitirá crear y gestionar contenidos más actuales, accesibles y adaptables a todos los dispositivos, facilitando el mejor acceso de clientes potenciales y clientes del destino a los contenidos de nuestras páginas web.

El proceso de migración implicaba que los contenidos de las páginas de la web turística se crearan nuevamente, para lograr ahora que ahora el código generado resulte lo más limpio y actualizado posible, lo que disminuiría los tiempos de espera del usuario al acceder a contenidos del nuevo servidor.



ACTUALIZACIÓN GESTOR CONTENIDO TYPO3

Dentro de las herramientas instaladas en el nuevo servidor, se incluye Typo3, el principal gestor de contenidos que el Patronato de Turismo de Gran Canaria utiliza para la generación de páginas web. Un gestor que se ha actualizado a la última versión estable (7.6.4) proporcionando el mayor nivel de seguridad, mayor control de los contenidos y facilitando la generación de elementos avanzados para el lenguaje HTML usado actualmente por los navegadores web en PCs, tabletas y móviles.

Mejoras en los procesos de atención web al cliente

GESTIÓN DE SERVICIO AL TURISTA VÍA MEDIOS DIGITALES

El servicio que demanda mayor cantidad de recursos es el relacionado con la gestión del cliente.

El turista digital exige inmediatez en la respuesta. El consumidor y el usuario también demanda respuesta rápida a sus reclamaciones, a sus quejas o bien a propuestas comerciales o de prospección que atendemos en coordinación directa con compañeros del Gabinete de Comunicación.

Los procesos de servicio al cliente, sin ser la función única del departamento, definen buena

parte de nuestro tiempo de trabajo y exigen un volumen de atención cada vez mayor, siendo una encomienda que aumenta a medida que crecen los espacios digitales de marca.

Coordinar el trabajo de respuesta al turista y hacerlo con la calidad exigida sin límite horario en 24/7, nos obliga a contar con ayuda fuera del propio equipo de trabajo, bajo coordinación con la responsable del departamento. En 2017 iniciamos esta etapa intermedia, hasta llegar a reconvertir la red de informadores en una red de servicio, última etapa del proceso de digitalización del servicio al cliente. Para ello, activamos un servicio de mensajería que conecta a través del móvil a los informadores de Gran Canaria como vía rápida de intercambio de comunicados o información de rango oficial.



Resumen de datos a nivel digital 2017

Visitas SEO
1.966.031



Cómo llegaron

V. Social Media
45.447



Páginas vistas
8.185.428



Tiempo medio visitas
2:29 minutos

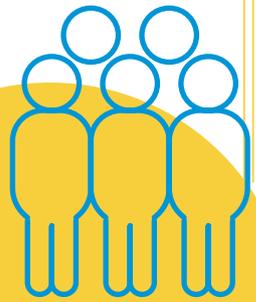


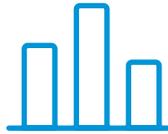
Páginas por sesión
2,91 páginas



Comportamiento
del usuario

Visitas
2.810.598



 Páginas más visitadas

- 1/ [grancanaria.com/ES//Eventos en Gran Canaria](http://grancanaria.com/ES//Eventos%20en%20Gran%20Canaria)
- 2/ grancanaria.com/ES//Bienvenidos
- 3/ [grancanaria.com/DE//Veranstaltungen auf Gran Canaria](http://grancanaria.com/DE//Veranstaltungen%20auf%20Gran%20Canaria)
- 4/ grancanaria.com/EN//Welcome
- 5/ [grancanaria.com/ES//¿Qué ver](http://grancanaria.com/ES//¿Qué%20ver)
- 6/ [grancanaria.com/DE//Sehenswürdigkeiten auf Gran Canaria](http://grancanaria.com/DE//Sehenswürdigkeiten%20auf%20Gran%20Canaria)
- 7/ grancanaria.com/patronato_turismo/DE.17433.0.html
- 8/ [grancanaria.com/ES//Detalle del evento](http://grancanaria.com/ES//Detalle%20del%20evento)
- 9/ [/turismo/80-round-the-world-trips-on-one-single-island](http://grancanaria.com/turismo/80-round-the-world-trips-on-one-single-island)
- 10/ grancanaria.com/DE//Willkommen

V. Tráfico directo

445.890 

Otros

71.058

Cómo llegaron

Visitas referencias

282.172 

Usuarios
únicos

1.995.385

Desde dónde
se conectan

Lugar desde
el que acceden



Desktop

1.203.046



Móviles

1.233.021



Tablets

374.531

Visitas desde España	1.062.525
Visitas desde Alemania	384.736
Visitas desde Reino Unido	307.504
Visitas desde Italia	172.427
Visitas desde Francia	123.576
Visitas desde Suecia	133.624
Visitas desde Polonia	124.647
Visitas desde Holanda	70.910
Visitas desde Bélgica	54.846
Visitas desde Suiza	45.091

Periodo comprendido
entre el 1 noviembre 2016
a 1 noviembre 2017.

Durante 2017 el Patronato de Turismo renueva la subvención del convenio firmado con 17 municipios de la Isla en materia de información turística. Además, el Patronato de Turismo mantiene abierto el servicio de atención al cliente de sus oficinas de turismo del Centro Insular de Turismo en Playa del Inglés, llegadas en el Aeropuerto de Gran Canaria, Mirador de Bandama, Cruz de Tejeda y Triana. En 2017 tiene lugar la remodelación de la Oficina de Información Turística de Triana, en Las Palmas de Gran Canaria, que se inaugura en el mes de noviembre y será referencia de las futuras rehabilitaciones que se llevarán a cabo en las 33 oficinas restantes de Gran Canaria.

RED INSULAR
DE OFICINAS
DE TURISMO

16

Acumulado de Visitantes por Oficina 2017

Oficinas del Patronato	Acumulado
CIT Playa Inglés	51.312
Aeropuerto	25.650
Cruz Tejeda	19.053
Bandama	16.433
Puerto de las Nieves, Agaete	2.646
Faro de Maspalomas	17.584
Sede del Patronato, Triana	11.607
TOTAL	144.285

Total visitantes
237.078



Oficinas bajo convenio

Agüimes	
Artenara	
Arucas	
Firgas	
Gáldar	
Guía	
Ingenio	
La Aldea	
Moya	
San Mateo	
Santa Lucía	
Tejeda	
Telde	
Teror	
Valleseco	
Valsequillo	
TOTAL	92.793

Información Solicitada 2017

Preferencia Tipo de Información

1	Cosas que hacer o ver en el municipio
2	Transporte público
3	Senderos o rutas
4	Restaurantes
5	Mercadillos o artesanía



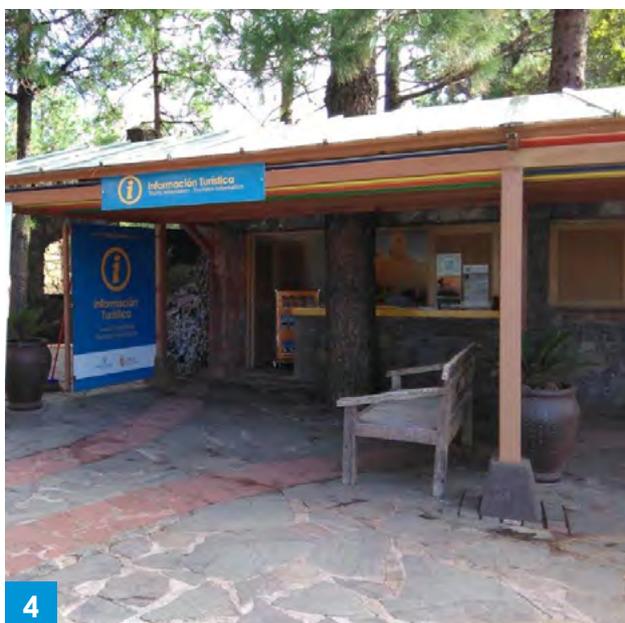
1



2



3

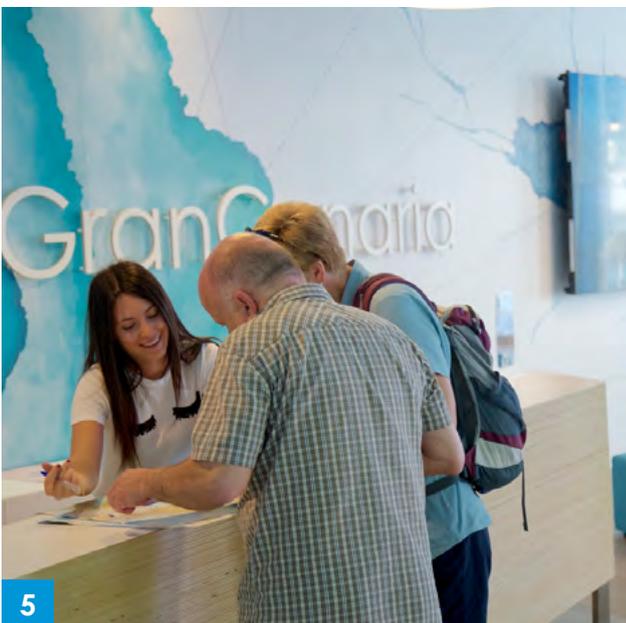


4

1. OIT Aeropuerto
2. CIT Playa del Inglés
3. OIT Bandama
4. OIT Cruz de Tejeda



5



5

- 5. OIT Triana
- 6. OIT Muelle de Las Nieves, Agaete.



6

Inauguración de la remodelación de la Oficina de Información Turística de Triana

La Oficina de Información Turística de Gran Canaria en Triana, situada en un edificio de principios del siglo XX, ha sido transformada por el Cabildo en un espacio vanguardista y multimedia para atender a los numerosos viajeros que visitan diariamente la capital grancanaria y también para los isleños que disfrutan haciendo turismo por su isla.

La escultura 'El Árbol de Lull' de Pepe Dámaso da la bienvenida a las personas que visiten la Oficina y añade valor a la experiencia que vivan en este recinto, ya que no solo podrán recibir información sobre los numerosos atractivos de la Isla, sino que disfrutarán con la arte de uno de los creadores más reconocidos y prolíferos de Gran Canaria. La OIT de Triana será la referencia de las futuras rehabilitaciones que se llevarán a cabo en las 33 oficinas restantes de Gran Canaria. El colorido diseño y los elementos tecnológicos de última generación se mezclan para ofrecer un espacio revolucionario que identifica la imagen moderna y de calidad que el Cabildo de Gran Canaria quiere ofrecer a los



más de 250.000 visitantes que acuden anualmente a estos espacios para solicitar información. La zona multimedia está compuesta por tabletas en las que los turistas podrán planificar sus vacaciones con los contenidos del portal www.grancanaria.com, así como unas gafas de realidad virtual que permitirán visitar algunos de los lugares más singulares de la Isla sin necesidad de salir de la Oficina.

Los viajeros más pequeños también tendrán una zona infantil con material promocional especialmente diseñado para los niños justo al lado de la cómoda zona de lectura, que cuenta con numerosas publicaciones sobre etnografía, cultura, arqueología, gastronomía y patrimonio histórico que forman parte de la biblioteca del Patronato de Turismo. Varias pantallas tipo 'videowall' han sido distribuidas por la sala con proyecciones de los espectaculares vídeos promocionales



de la Isla, que se han convertido en la mejor herramienta para despertar la curiosidad de los turistas por contemplar los paisajes singulares que ofrece la Gran Canaria, que puede ser contemplada en una maqueta de madera delante del expositor para la información por municipios.

Además, la Oficina dispone de una sala multimedia para realizar jornadas de formación, talleres de especialización, actividades relacionadas con el turismo y presentaciones a los grupos organizados que visiten Las Palmas de Gran Canaria.



Inauguración OIT Meloneras



Día Mundial del Turismo en Triana



Día Mundial del Turismo en la Mancomunidad del Norte



Plan de Formación para el personal de la Red Insular de Oficinas de Turismo

El Patronato de Turismo ha impartido formación dirigida a la Red Insular de Oficinas de Turismo, orientada a las redes sociales aplicadas a la información turística y al trabajo de atención al cliente que visita las oficinas.







QUIÉNES
SOMOS

17

El Patronato de Turismo de Gran Canaria es un organismo autónomo de carácter turístico creado para promover, ordenar y fomentar las actividades turísticas en el ámbito insular.

El turismo es la base del desarrollo económico de la Isla, por lo que proteger nuestros intereses exige habilitar recursos suficientes para desarrollar trabajos en el campo de la publicidad, las relaciones públicas, la atención al cliente, el marketing online y la información turística.

Durante el año 2017 programamos acciones de promoción propias, campañas de co-marketing con empresas turísticas, medios de comunicación y otros agentes del sector, y realizamos acciones en los mercados de origen y en la Isla. También desarrollamos espacios propios de promoción en Internet y respondimos a las demandas de información de clientes cumpliendo todas las exigencias propias de una institución que pretende ser mucho más que una Organización de Marketing de Destino.

Junta Rectora

Presidenta | Inés Jiménez.

Consejeros insulares | Carmelo Ramírez, Gilberto Díaz, Miguel Montero, José Miguel Bravo de Laguna, Ana Kurson y Fernando Bañolas.

Consejeros designados por la Confederación Canaria de Empresarios | José María Mañaricua, Tom Smulders, Fermín Sánchez y Antonio Márquez.

Consejeros por designación presidencial | Juan Andrés Melián, Agustín Manrique de Lara y Santiago Armas.

Representantes sindicales | Víctor Manuel Redondo y Francisco González.

Representantes de organismos y ayuntamientos | Víctor Melián, José Sánchez Tinoco, Ricardo Palazuelos, Juan Miguel Pérez, Alberto Martín, Santiago Martínez-Cava Arenas, Luis Ibarra, Fernando del Castillo, José María Barrientos, Pedro Quevedo, Ramón Suárez y Onalia Bueno.

Interventor | José Juan Sánchez.

Tesorero | Jesús Vadillo.

Secretario Accidental del Cabildo de Gran Canaria | Manuel Rodríguez.

Director Gerente | Pablo Llinares.

Comité Ejecutivo

Presidenta | Inés Jiménez.

Vicepresidente | Carmelo Ramírez.

Consejeros insulares miembros de la Junta Rectora | Gilberto Díaz y Miguel Montero.

Miembros de la Junta Rectora sin la condición de consejeros insulares | Agustín Manrique de Lara, José María Mañaricua y Santiago de Armas.

Interventor | José Juan Sánchez.

Secretario Accidental del Cabildo de Gran Canaria | Manuel Rodríguez.

Director Gerente | Pablo Llinares.



Las personas que forman el Patronato de Turismo

Presidencia | [Inés Jiménez](#).

Director Gerente | [Pablo Llinares](#).

Auxiliar de Presidencia | Desiré Pérez.

Unidad de Análisis Turístico y Conectividad Aérea | [Eduardo Reyes](#) y Zoraida Betancor.

Negociado de Personal | [Pedro Julio Santana](#).

Intervención Delegada | [Ani Cruz](#) y Juani Hidalgo.

Negociado de Infraestructura, Compras y Mantenimiento | [Fernando Cardoso](#) y Luis Padilla.

Sección de Asuntos Generales | [Ricardo Medina](#), , Rafael Suárez, Mila Hernández, Andrés González, Dulce Cáceres, Esther Padrón y Juan Manuel Luján.

Sección de Establecimientos Turísticos | [Fernando Martell](#), Asunción Pérez y Gonzalo Prats.

Unidad de Renovación Turística | [Vanessa Cáceres](#), Alicia Padrón y Cristina Perera, Juan Francisco Viera, Paqui Herrera, Inma Delgado, Mela Rivero y Jacqueline Koumatse.

Unidad de Información Turística | [Elena Miranda](#), Héctor Cabrera, Fernando Díaz, Reyes Chamizo, Sandra Franco, María del Carmen González, Nieves Ramírez y Yurena Pérez.

Unidad de Producto Turístico | [Pino León](#), Rosa Tejera, Saro Arencibia y Mary Fé de León.

Unidad de Mercados | [Valentín González](#), Juana Rosa Alemán, Mercedes Trujillo, Noelia Medina y Alfonso Falcón.

Unidad de Publicidad y Marketing | [Mari Carmen Cruz](#), Paula Schlueter, Sonia Ceballos, Cristina Santana y Marival Díaz.

Promotor en Francia, Benelux y el área francófona de Suiza | Kris Bontick.

Encomienda de gestión de la Sociedad de Promoción Económica de Gran Canaria | Katerina Bomhstein (Reino Unido e Irlanda), Fernando Arias (Alemania), Juan Fernando Suárez (Países Nórdicos) y Jorge Kahr (España y Portugal).

Representante de la Gran Canaria film Comission en Estados Unidos | Carmen Díaz.

Personal de Campaña | Isidro Trujillo, Angélica García, Guillermo Torres, Ramón Alemán, Francisco Matos, José Luis Hernández, Juan Delgado, Maximiliano Trujillo, Alexis Rodríguez y Víctor González.





INFORME
ECONÓMICO
FINANCIERO

18

Presupuesto
aprobado

11.748.470,98€

Incorporación
de remanentes

550.107,20€

Nueva aportación
de fondos FDCAN

942.686,68€

Presupuesto
final

13.241.264,86€

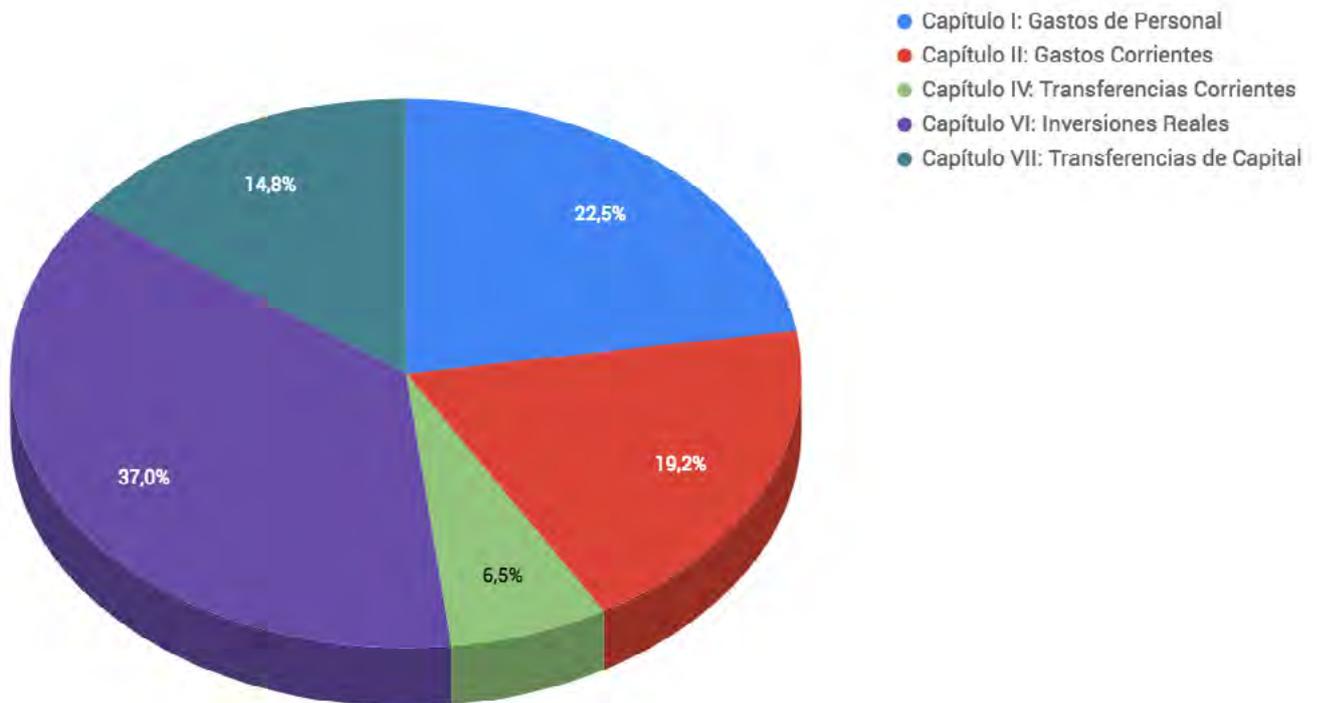
Ejecución
presupuestaria

91,23%

Ejecución por capítulos

		%	€
Capítulo I	Gastos de personal	22,51 %	2.749.198,20
Capítulo II	Gastos corrientes	19,15 %	2.339.536,92
Capítulo III	Gastos financieros	0,00 %	83,50
Capítulo IV	Transferencias corrientes	6,50 %	794.424,80
Capítulo VI	Inversiones reales	37,01 %	4.518.653,21
Capítulo VII	Transferencias de capital	14,82 %	1.810.757,31
Capítulo VIII	Activos financieros	0,01 %	1.800,00

Total **12.214.453,94€**



Desglose de inversiones reales (Capítulo VI)

	%	€
Rehabilitación de Miradores	0,09 %	4.143,16
Instalaciones Técnicas	0,22 %	10.045,16
Maquinaria	0,25 %	11.517,70
Elementos de transporte	0,54 %	24.482,07
Mobiliario	3,64 %	164.318,94
Equipos para procesos de información	0,58 %	26.291,81
Edificios y otras construcciones	3,30 %	149.015,78
Inversiones Mercado Peninsular	13,40 %	605.455,83
Inversiones Mercado Alemán-Austriaco	5,76 %	259.761,52
Inversiones Mercado Británico	8,73 %	394.403,69
Inversiones Mercado Nórdico	9,18 %	414.322,69
Inversiones Mercado Países del Este	1,97 %	88.981,52
Inversiones Mercado Belga- Francés-Italiano	11,58 %	523.246,17
Inversiones Mercados Emergentes	0,56 %	25.474,41
Inversiones Conectividad Aérea	7,85 %	356.574,42
Inversiones Material de Imprenta	3,97 %	179.280,45
Inversiones Promoción Digital	3,11 %	139.941,07
Inversiones Promoción Segmentada	6,79 %	306.724,42
Inversiones en Marketing	4,65 %	209.908,77
Otros Gastos en Inversiones de Carácter Inmaterial	12,06 %	545.136,18
Gastos en Aplicaciones Informáticas	1,77 %	79.626,45

Total **4.518.653,21 €**





Patronato de Turismo de Gran Canaria

Triana, 93
35002 - Las Palmas de Gran Canaria
Tel: (+34) 928 219 600
Fax: (+34) 928 219 601

