

2023

MEMORIA
ANUAL

A scenic mountain landscape featuring a stone path leading through a valley. In the foreground, there is a large, dark, rounded rock on the left and a dense patch of white daisies on the right. The middle ground shows a valley with green hills and a small town. The background consists of layered mountain ranges under a sky with soft, wispy clouds. The year '2023' is overlaid in large, white, sans-serif font in the center of the image.

2023



ÍNDICE

memoria anual 2023

01 Saluda del Consejero de Turismo *Pág. 8*

02 Palabras del Director Gerente *Pág. 10*

03 Nuestra esencia y propósito *Pág. 12*

04 Sostenibilidad. Conciencia para impulsar un modelo turístico sostenible *Pág. 16*

05 Inteligencia Turística al servicio del sector *Pág. 24*

06 Compromiso de Calidad Turística del destino SICTED *Pág. 30*

07 Gran Canaria, paraíso para deportes al aire libre *Pág. 38*

08 Gastronomía. Elevando el lujo del buen comer *Pág. 50*

09 Distinciones UNESCO (Reserva de la Biosfera, Patrimonio Mundial, Destino Turístico Starlight) *Pág. 58*

10 Embajadores del destino. Red de Oficinas de Turismo de Gran Canaria *Pág. 64*

11 Experiencias únicas para todos *Pág. 72*

12 Destino renovado *Pág. 80*

13 Año de logros en
cifras turísticas *Pág. 84*

14 Principales acciones
del año *Pág. 106*

15 Fam, Press, Blog e
Influencer Trips *Pág. 128*

16 Branding *Pág. 142*

17 Comunicación Digital *Pág. 170*

18 Overbooking
Gran Canaria *Pág. 196*

19 Proyecto
EURO-EMOTUR *Pág. 206*

20 Noticias
Profesionales *Pág. 212*

21 Perfiles Digitales
Profesionales *Pág. 226*

22 Gran Canaria
en los medios de
comunicación *Pág. 236*

23 Asociaciones de
Producto *Pág. 242*

24 El equipo de Turismo
de Gran Canaria *Pág. 258*

25 Informe Económico
Financiero *Pág. 262*



grancanaria.com
#muchoporvivir



SALUDA DEL CONSEJERO DE TURISMO

Carlos Álamo

El ejercicio de 2023 fue especialmente importante para el sector turístico de Gran Canaria en diferentes ámbitos, consolidando la completa recuperación del episodio pandémico internacional y con un cambio de paradigma frente a viejos usos y prioridades obsoletas que la sociedad insular demanda.

Cabe destacar que la estrategia de desarrollo de Turismo de Gran Canaria contempla como prioridad la protección del territorio, las costumbres y el bienestar ciudadano. Es importante señalar que se ha logrado aumentar la facturación turística sin consumir territorio, sin plantear un aumento insostenible en el volumen de turistas y diversificando tanto el producto —con incorporaciones en el plano deportivo y cultural—, como los puntos de interés, de ta manera que los municipios de la cumbre y del interior de la isla están comenzando a aportar opciones de ocio, alojamiento y gastronómicas, con lo que se logra que la riqueza que genera el sector se pueda repartir de una manera más equilibrada por toda la geografía insular, sin que esto haga menguar la rentabilidad de los espacios de la zona sur.

El sector obtuvo este rendimiento con 4,34 millones de clientes, según datos de Frontur, lo que representa el tercer año en volumen de turistas de la historia. El objetivo consiste en incrementar el gasto del turista y su fidelización, y en los resultados del ejercicio destaca un récord de ingresos. Y es que Gran Canaria facturó 5.459 millones en 2023, un 20% más que en 2022 y un 25% sobre 2019; obtuvimos un mayor gasto por cliente, con 1.460,75 euros, el mayor de la historia, con un +8,29% sobre 2022 y un +25% sobre 2019. También hemos logrado un mayor tiempo de estancia del cliente, superando los diez días por visitante (10,09 días), lo que implica un aumento del 3,59% sobre 2022 y del 8,61% respecto a 2019. Todo esto con un crecimiento moderado del número de clientes, favoreciendo un modelo sostenible, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, lo que genera valor no solo para el turista sino también para nuestro entorno natural, cultural, para los ciudadanos y las empresas. Esto se ha planteado a través de una oferta turística de calidad y con un gran valor experiencial, con la aportación de los 21 municipios, con la mejora de la oferta y el reto de atraer a turistas con mayor poder adquisitivo.

DIRECTOR GERENTE

El año 2023 supuso la consolidación de la recuperación del sector turístico en Gran Canaria, afianzando la tendencia positiva tras los efectos provocados por la pandemia.

El crecimiento sostenido quedó reflejado en los distintos indicadores y en la reactivación de la principal industria de la isla, reafirmando el acierto de la hoja de ruta establecida en el Plan Estratégico y de Marketing 2020-2025 de Turismo de Gran Canaria.

La apuesta por la sostenibilidad como pilar fundamental de este plan de acción y el compromiso con la sostenibilidad alcanzó al final del año uno de sus mayores logros al recibir Gran Canaria la certificación como Destino Biosphere, reconocimiento que avala el impulso de un turismo responsable. Las buenas prácticas que confirman este sello internacional han calado en el tejido empresarial turístico, contabilizándose 104 empresas en proceso de certificación y 39 certificadas al cierre de esta anualidad.

Pablo Linares



Paralelamente, el camino hacia la excelencia en los productos y servicios también se reforzó mediante el Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (SICTED), al que se sumaron en 2023 un total de 96 empresas.

Asimismo, desde la entidad se intensifica la proyección de las figuras de protección y reconocimiento internacional de la Unesco otorgadas a Gran Canaria: Reserva de la Biosfera, Patrimonio Mundial de Risco Caído y Destino Turístico Starlight. Estas distinciones, muestra de la riqueza natural, cultural e histórica de la isla, han sido objeto de múltiples acciones por parte de la institución para trasladar a la sociedad y al sector su importancia de cara a robustecer la identidad del destino.

Otra de las facetas de Turismo de Gran Canaria es la de potenciar la labor realizada por la Red de Oficinas de Información Turística de la isla, un conjunto de instalaciones formado por más de 30 oficinas que cuenta con un equipo de 45 informadores turísticos. Estos profesionales, verdaderos embajadores del destino, atendieron a lo largo de 2023 a más de 170.000 turistas, consolidando estos espacios de referencia en la atención personalizada al visitante.

Por otro lado, la conectividad aérea también alcanzó datos históricos durante el ejercicio, con 63 aerolíneas operando desde 23 países y un total de 169 aeropuertos conectados. Cifras que acreditan que Gran Canaria continúa logrando récords en la accesibilidad del destino. En el ámbito promocional, se amplió la presencia de Gran Canaria en mercados estratégicos con la asistencia a 59 ferias internacionales y la realización de 41 press trips y 24 fam trips.

Además, se continúa favorecido el contacto directo entre los técnicos de Turismo de Gran Canaria y los diferentes actores del

sector, dando mayor protagonismo a las sesiones de presentación de mercados. Este formato de encuentro profesional presencial brinda una excelente oportunidad para el intercambio de ideas y proporciona al sector herramientas para optimizar su estrategia de desarrollo.

En beneficio de ese desarrollo del sector, y con la aspiración de construir un destino más competitivo, desde Turismo de Gran Canaria se entiende el conocimiento como valor esencial. Con este fin se volvió a celebrar en el Auditorio Alfredo Kraus una nueva edición de Overbooking, el foro de comunicación y marketing turístico más relevante de Canarias, que giró en torno a la estrategia de la Triple C: Clima, Cultura Corporativa y Comunidad. La cita fue un éxito tanto de aforo como en relación a la participación de ponentes de prestigio nacional e internacional.

En este sentido, se sigue colaborando con la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC), participando en proyectos como Euromotour, y con el Cluster de Turismo Innova, concretamente en el desarrollo de iniciativas basadas en inteligencia artificial. Con el Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (TIDES) se elaboran informes y estudios sectoriales y también se trabaja con entidades como SEGITTUR y la Sociedad de Promoción Económica de Gran Canaria (SPEGC), con quien se ha desarrollado el programa SITGRAN, una herramienta de datos turísticos en constante actualización a disposición del sector.

3

NUESTRA ESENCIA Y PROPÓSITO

LO QUE NOS MUEVE

Turismo de Gran Canaria centra sus esfuerzos en mejorar el destino, priorizando la calidad, la sostenibilidad y la digitalización, diversificando mercados—entre los que destaca en 2023 su apuesta por Estados Unidos— y enfocando su labor institucional en aumentar la excelencia del destino, en atraer turistas de mayor gasto, aumentar su estancia media y reforzar la apuesta por los municipios, resaltando productos locales como la gastronomía y la oferta turística deportiva, una estrategia que ha comenzado a dar sus frutos. En el año 2023 se consolida la recuperación de la industria turística de la isla, con una facturación superior en un 20% al ejercicio anterior, alcanzando los 5.459 millones de euros, y la llegada de 4,34 millones de turistas, la tercera mejor cifra de la serie histórica.

En este escenario, la entidad de promoción insular ha impulsado la colaboración público-privada para consolidar a Gran Canaria como un destino de la más alta calidad. Las empresas turísticas han realizado un gran esfuerzo y han demostrado su compromiso con el desarrollo de la isla mediante proyectos de renovación y rehabilitación de sus infraestructuras. Este avance hacia la excelencia ha sido clave para incrementar los ingresos, así como para atraer y fidelizar a nuevos clientes, logrando elevar el grado de satisfacción de nuestro visitantes.

misión

¿Qué hacemos?

El propósito de la entidad de promoción turística insular es salvaguardar y promover los intereses turísticos de Gran Canaria, fortaleciendo su posicionamiento como un destino vacacional líder en Europa. Nos enfocamos en fomentar la fidelización de nuestros visitantes, convirtiéndolos en embajadores del destino. Trabajamos en un modelo de crecimiento sostenible, que busca aumentar la competitividad de toda la cadena de valor del turismo en la isla, mediante una mayor cooperación entre los sectores público y privado.

visión

¿A dónde vamos?

Turismo de Gran Canaria desarrolla sus principales líneas estratégicas actuando como referente en la promoción del destino, potenciando la difusión de la marca Gran Canaria y dinamizando la economía local mediante el impulso de su principal motor de riqueza y crecimiento. Además, la entidad destaca como pionera en la gestión de inteligencia de datos, lo que facilita la transformación digital del sector turístico de la isla y asegura su competitividad en el mercado actual.

valores

¿En qué creemos?

Turismo de Gran Canaria orienta sus acciones a fomentar la coordinación y unidad entre todos los agentes del sector a través de un proyecto turístico compartido. En esta nueva era, la colaboración es más crucial que nunca para superar los desafíos y desarrollar una respuesta conjunta que permita que Gran Canaria se mantenga como líder en la industria turística europea. La entidad también promueve una distribución más equitativa y extensa de los beneficios del turismo entre los 21 municipios de la isla.



**SOSTENIBILIDAD.
CONCIENCIA
PARA IMPULSAR UN
MODELO TURÍSTICO
SOSTENIBLE**

Gran Canaria cierra el año 2023 recibiendo su certificación como **Biosphere Destination**



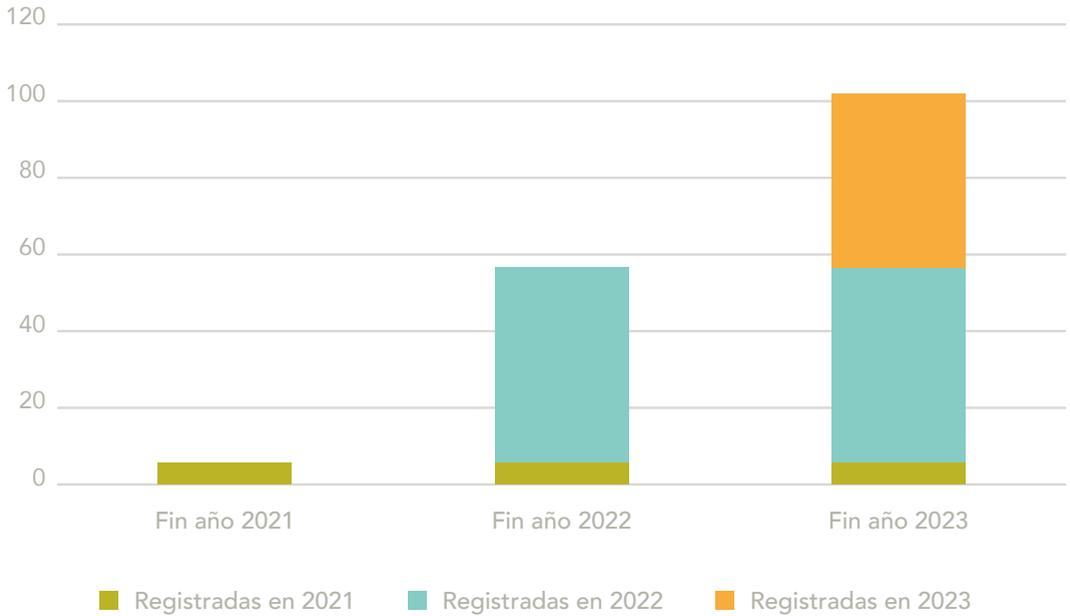


Tras el proceso iniciado a finales de 2021 con la adhesión del destino a la metodología del Instituto de Turismo Responsable (ITR), los frutos de la apuesta de Turismo de Gran Canaria por demostrar su contribución a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 (ODS) y las 169 metas de Naciones Unidas quedaron reflejados con la obtención de este sello internacional.

La hoja de ruta establecida por Turismo de Gran Canaria en su Plan Estratégico 2021-2025 incluye entre sus principales objetivos el fomento de un modelo de crecimiento sostenible, que genere valor no solo para los turistas sino también para el entorno natural, cultural, los ciudadanos y las empresas. En el comportamiento del turista actual crece exponencialmente su preocupación por las prácticas sostenibles y la conservación de los destinos. Desde la entidad insular se trabaja teniendo en cuenta estas nuevas demandas, incorporando, además, las otras dos vertientes de la sostenibilidad: social y económica.

Para lograr estos objetivos es imprescindible la implicación de la sociedad en su conjunto, pero especialmente de la cadena de valor del sector turístico. La industria turística local ha contado con el apoyo de Turismo de Gran Canaria —a través de una línea de bonificación directa— para evidenciar sus esfuerzos y progresos en materia de sostenibilidad, facilitándoles la obtención de los distintivos **Biosphere Committed** y **Biosphere Certified**, sellos que identifican a nivel global empresas que se encuentran inmersas en la elaboración e implementación de sus propios planes de sostenibilidad y aquellas que han demostrado el cumplimiento de los objetivos de la ONU. Estos reconocimientos las hacen destacar en portales y canales de turismo por su máxima categoría en sostenibilidad, al tiempo que hacen de Gran Canaria un destino cada vez más sostenible.

EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS DE GRAN CANARIA 2021 - 2023



Cabe destacar que Gran Canaria se posicionó en 2023 en el top 15 del indicador de la UE de destinos europeos con mayor número de alojamientos con certificación sostenible en virtud de la implantación del programa Gran Canaria Biosphere Destination. El Environmental Labels and Schemes ha sido desarrollado por el Joint Research Centre, Centro Común de Investigación de la Comisión Europea, y señala el acumulado de alojamientos por destino que han logrado demostrar sus prácticas sostenibles, reconociéndolas públicamente con un certificado internacional de sostenibilidad.

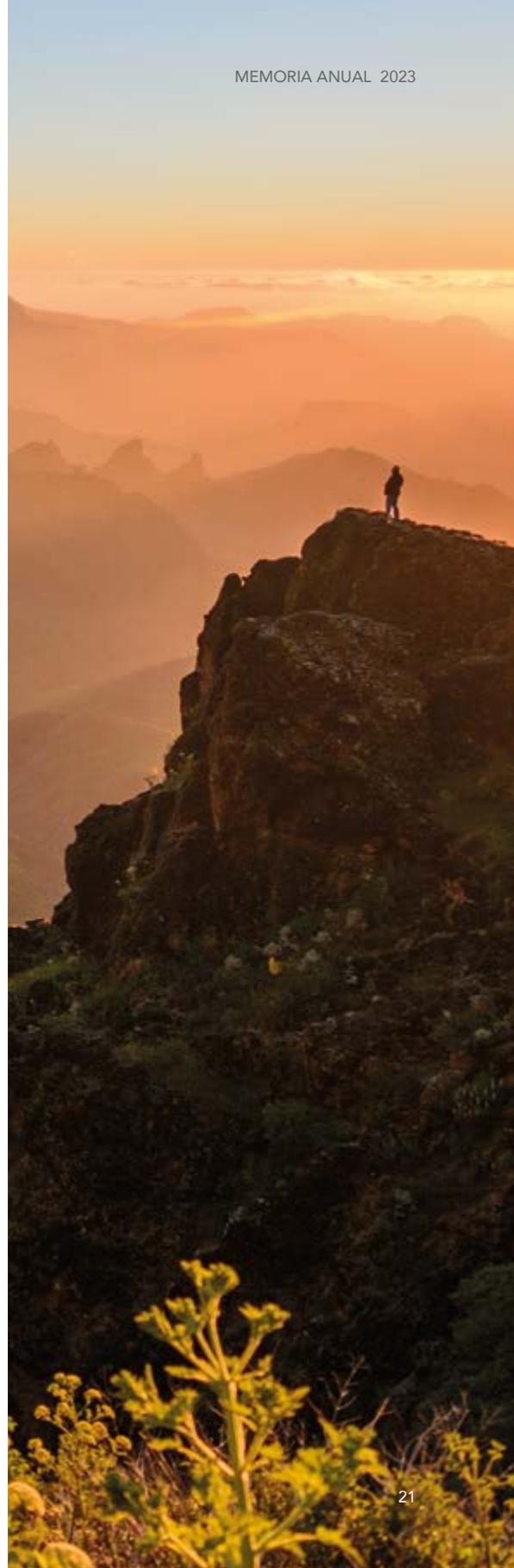


Desde su inicio en 2021, se ha registrado una media anual de 45 empresas que trabajan activamente en este programa, con un porcentaje de certificación del 38,5%. Durante 2023, el tejido empresarial grancanario vinculado directa o indirectamente al turismo, que ha adoptado este sistema de mejora continua, alcanzó los siguientes resultados:

Nº Total de Empresas Vinculadas de Gran Canaria	104
Nº Total de Actividades Sostenibles	5.967
Nº Total de Empresas Certified	39
Nº Total de Empresas Committed	39

En esta labor de acreditación de la sostenibilidad turística de la isla, Turismo de Gran Canaria reafirma su posición como un actor clave del sector que vertebra la economía de la isla, fijando como criterio fundamental el avance hacia un **turismo regenerativo**, como un paso más para cuidar nuestro territorio al tiempo que se mantiene e incrementa la competitividad del destino.

Turismo de Gran Canaria considera fundamental en su estrategia de desarrollo potenciar las virtudes sostenibles del destino y fomentar nuevas iniciativas para atraer y fidelizar a un cliente internacional comprometido con el medioambiente. Esta propuesta, centrada en minimizar el impacto del turismo, promueve el turismo activo y busca captar a un público más joven y consciente, consolidando el prestigio y posicionamiento internacional de la isla.





Para dar a conocer los pasos que ha venido dando la isla en materia de sostenibilidad, Turismo de Gran Canaria ha participado en diferentes eventos nacionales e internacionales en los que ha detallado las claves para seguir creciendo de manera sostenible. Entre ellos destaca la participación en el primer **Foro Internacional Ecoislas**, celebrado en Gran Canaria en febrero de 2023, un foro de debate donde se abordó el reto de la transición ecológica de los territorios insulares, y en el que se resaltó que la clave para ser un destino cada vez más sostenible es hacer al turista partícipe y tenerlo como aliado en este proceso.

A lo largo de todo el ejercicio se llevaron a cabo diferentes **iniciativas para dar a conocer las ventajas del programa Biosphere y el manejo de su plataforma** a las empresas de la isla, las Asociaciones de Producto del destino y otras organizaciones del sector como la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas (FEHT) y la Cámara de Comercio de Gran Canaria, entre otras.

En el mes de junio se participó en **Foro Islas de Mar**, celebrado en Cerdeña, dedicado a tratar los retos a los que se enfrentan las islas europeas, donde desde Turismo de Gran Canaria se sostuvo que la sostenibilidad es una pieza clave para mantener en el tiempo la riqueza generada por el turismo en territorios frágiles y limitados como el nuestro.

También se compartieron los avances en sostenibilidad en el **II Ágora de Turismo Sostenible** organizado por Hosteltur en Málaga. Una cita donde quedó patente el compromiso total del sector turístico con la sostenibilidad como único futuro para el turismo. Además de subrayarse que es prioritario el trabajo conjunto de las diferentes administraciones y la colaboración público-privada para materializar el compromiso con la sostenibilidad en sus tres dimensiones: ambiental, económica y social.

Foro Internacional Ecoislas



Foro Islas de Mar



Webinar Biosphere



Il Ágora de Turismo Sostenible



5

INTELIGENCIA TURÍSTICA AL SERVICIO DEL SECTOR

INTELIGENCIA TURÍSTICA AL SERVICIO DEL SECTOR

Uno de los ejes principales del Plan Estratégico de Turismo de Gran Canaria 2021-2025 es el de contribuir a aumentar la competitividad del destino, siendo necesaria para ello una adecuada transformación digital del mismo. Desde la entidad se contribuye a este propósito poniendo a disposición de la industria turística de la isla un completo y constantemente actualizado Sistema de Inteligencia Turística, ya que los datos son un elemento vital para el desarrollo y sostenibilidad del sector turístico.

Reservas Hoteleras en Gran Canaria

VARIACIÓN INTERANUAL DE LAS RESERVAS HOTELERAS



Desde la Unidad de Análisis Turístico y Conectividad se trabaja para compartir con el sector informes y análisis fiables de manera abierta y gratuita. Estos informes se basan en la integración y el análisis cruzado de diversas y representativas fuentes en formato Open Data, lo que permite a la industria personalizar su oferta, mejorar la experiencia del cliente e incrementar la capacidad de atraer visitantes. Además, esta información facilita la toma de decisiones a los distintos actores del sector, que pueden identificar nuevas oportunidades de negocio y optimizar sus estrategias para adaptarse a una realidad en constante cambio.

A lo largo del año 2023, Turismo de Gran Canaria continuó robusteciendo los contenidos que ofrece con nuevos esquemas que aportan datos sobre el PASADO, PRESENTE Y FUTURO del

sector, potenciando especialmente la información sobre previsiones. Durante este ejercicio se lanzó el calendario de publicaciones de estudios e informes con acceso directo, se agregó información sobre Sostenibilidad Turística, se realizó un Estudio de Reputación Online y se publicaron más de 30 informes en el Área Profesional de la web oficial de la institución.

Paralelamente, se ha consolidado la plataforma SITGRAN (Sistema de Inteligencia Turística de Gran Canaria), puesta en marcha conjuntamente por la Sociedad de Promoción Económica de Gran Canaria (SPEGC) y Turismo de Gran Canaria. Su fundamento se basa también en la economía del dato, con el objetivo de mejorar la competitividad del sector turístico insular y, en consecuencia, fortalecer la economía de la isla.

Entre sus líneas de trabajo destacan la compartición de datos relativos al comportamiento de los turistas en la isla, datos económicos, valoraciones sobre el destino y previsiones del comportamiento de la demanda, entre otros. SITGRAN aporta de forma dinámica, sencilla y accesible un análisis en tiempo real de múltiples fuentes de datos del sector turístico con los cuales se puede conocer cómo son (perfil), qué les interesa (demanda) y cómo nos ven (percepción) los visitantes de la isla. Además, esta herramienta permite el acceso a los datos en bruto para la realización de análisis altamente personalizados.

Para dar a conocer este instrumento de información y análisis entre los profesionales del sector, Turismo de Gran Canaria participó en 15 presentaciones y acciones formativas para el manejo de esta herramienta. Entre ellas destacan las llevadas a cabo en la Cámara de Comercio Insular, en la Mancomunidad del Norte, la destinada a los profesionales de la Red de Oficinas de Turismo de Gran Canaria o el seminario realizado en el Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (Tides) de la ULPGC.

Por otro lado, se lanzó una campaña de comunicación y se creó una pieza de vídeo explicativo para la difusión de este recurso en redes sociales y en el ámbito digital.



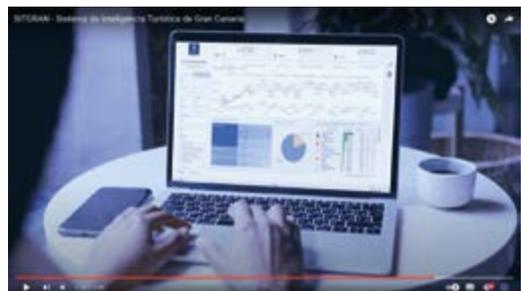
Seminario Tides, 25 may.



Jornada profesional del Ayuntamiento de Arucas, 20 mar.



Formación Informadores Turísticos sobre SITGRAN, 9 nov.



Vídeo informativo sobre SITGRAN



SITGRAN
Sistema de Inteligencia Turística de Gran Canaria

¿CUÁNTO GASTAN DURANTE SU VIAJE? ¿DÓNDE?

Consúltanos

El mayor centro de DATOS Turísticos de Gran Canaria, gratis.

Turismo Gran Canaria | spe|gc



SITGRAN
Sistema de Inteligencia Turística de Gran Canaria

¿DÓNDE PUEDO VER UN INFORME GENERAL Y ACTUALIZADO DE PREVISIONES?

Consúltanos

El mayor centro de DATOS Turísticos de Gran Canaria, gratis.

Turismo Gran Canaria | spe|gc



SITGRAN

Una herramienta interactiva, sencilla y gratuita para el análisis de datos turísticos

Turismo Gran Canaria | spe|gc

Publicaciones en redes sociales

6

**COMPROMISO DE
CALIDAD TURÍSTICA
DEL DESTINO
SICTED**



Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED)

Turismo de Gran Canaria sigue reforzando la calidad del destino con iniciativas y proyectos como su integración en el SICTED desde hace más de una década. Se trata de una metodología en pro de la mejora de la calidad de los destinos turísticos, promovida por la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR), apoyada por la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), que busca mejorar la satisfacción y la experiencia del turista, y que abarca hasta 37 oficios diferentes.

Se trata de un sistema integral y permanente de gestión de la calidad de los destinos con una actitud de recuperación y puesta en valor de los recursos y del espacio, enfocada en la mejora continua.

Para buscar la excelencia en los servicios y productos, Turismo de Gran Canaria potencia la incorporación a este sello a través del Convenio de Colaboración

que mantiene con la Cámara de Comercio Insular desde 2019. En 2023 este reconocimiento lo ostentaban 267 empresas de 25 oficios diferentes en la isla, tiene una validez bienal, aunque está condicionado a una evaluación anual de seguimiento.

Entre otras herramientas, SICTED cuenta con 37 manuales de buenas prácticas, uno por cada oficio. Ofrece a los agentes y entidades turísticas adheridas planes de formación, talleres colectivos, grupos de mejora y evaluaciones que contrastan la adecuación del servicio turístico a los estándares de calidad, además de asistencia técnica por parte de asesores homologados.

ACTO DE ENTREGA DE DISTINTIVOS SICTED

El 14 de abril de 2023 se celebró en la Casa de Colón el acto de entrega del 'Sello de Compromiso de Calidad Turística' a un total de 96 empresas, entidades y profesionales turísticos de la isla por su excelencia en el servicio, como parte del proyecto SICTED impulsado por Turespaña.

De esta forma se reconocía su esfuerzo y compromiso por aumentar la satisfacción de los turistas que nos visitan y convertir nuestra isla en uno de los destinos con más clientes repetidores del mundo. Estos diplomas ponen en valor su contribución en el incremento de la competitividad de la marca Gran Canaria.



EMPRESAS RECONOCIDAS POR PRIMERA VEZ POR SU COMPROMISO CON LA CALIDAD TURÍSTICA

SERVICIO TURÍSTICO

Hotel Silken Saaj Las Palmas

La Molina Artesanía Mogán

Lm 198 Telde

Approba Tennis Playa

Finca La Laja - Bodega Los Berrazales

Kanarybrazil

Oficina de Información Turística Triana

Restaurante Casa Romántica



EMPRESAS QUE RENUEVAN

SERVICIO TURÍSTICO

Museo de Guayadeque (Turismo Rural Agüimes SL)	Casa-Museo Tomás Morales - Cabildo de Gran Canaria
Labranda Bronce Playa	LM-18. Ingenio
Oficina de Información Turística Aeropuerto	Oficina de Información Turística de Cruz de Tejeda
Restaurante La Pasadilla	LENAF, Gestión de Servicios S.L.
GB, 41 (507)	GB, 41 (607)
Buceo Norte	Casa Lucas
Casa Cueva Paquito	Casita La Mariposa
El Cañaveral	GB, 44 (1B)
Farmacia Mónica Suárez	Lalas House
Lemon&Soul Las Palmas	GB, 44 (1C)
Mannix Urban Apartments	GB, 44 (2A)
GB, 44 (2B)	GB, 44 (2C)
GB, 44 (2D)	GB, 44 (2E)
GB, 44 (3C) Minimalist	Lanz, 8 (2B)
Lanz, 8 (2C)	Moderna y estilosa vivienda Las Canteras
Moderno y Chic sobre el mar	MYL, 36 (11F)
Peru 7, (4A)	Apartamentos Casas Pepe
Apartamentos El Motor Tejeda. Roque Bentayga	Apartamentos El Motor Tejeda. Roque Nublo
Bodegas Mondalón Picachos SLU	Casa Castañar
Casa de Colón	Casa de Los Suárez
Casa del Cura	Casa Doramas
Casa El Granero	Casa La Aldaba
Casa Mirador	Casa-Museo Pérez Galdós - Cabildo de Gran Canaria

Casa Rural Casa de La Virgen	Casa Rural El Junquillo
Casa Rural El Pajar de Casa de La Virgen	Casa Rural La Casa del Orobal
Casa Rural Llanos de La Corona	Casas Rurales de Guayadeque - B1 Siempreviva
Casas Rurales de Guayadeque - B2 Verode	Casas Rurales de Guayadeque - B3 Salvia
Casas Rurales de Guayadeque - B4 El Almendro	Centro de Interpretación de La Fortaleza
Centro de Interpretación Playa de La Aldea	Finca Naturacanaria
Gloria Palace Amadores Thalasso & Hotel	Gloria Palace San Agustín Thalasso & Hotel
Hospitales San Roque Consultas Médicas Vecindario	Hotel Arucas SL
Hotel Parque	In Suite Eventos SL
Juan Jamón	Las Casas de Lola y Rafael
Livingsea	LM - 94. Ingenio
Malfu Home	Mojosurf Canarias
Museo Etnográfico Casas Cuevas de Artenara	Museo La Zafra
Museo Néstor Álamo	Museo y Parque Arqueológico Cueva Pintada
Naturacanaria Azuaje	Naturacanaria Flor de Mundo
Naturacanaria Las Dalias	Oficina de Información Turística de Arucas
Oficina de Información Turística de Firgas	Oficina de Información Turística de Gáldar
Oficina de Información Turística de Moya	Oficina de Información Turística de Tejeda
Oficina de Información Turística de Telde	Oficina de Información Turística de Valleseco
Oficina de Turismo de La Aldea de San Nicolás	Parador de Cruz de Tejeda
Policía Local Ingenio	Restaurante Tagoror

CONVENIO CON LA CÁMARA DE COMERCIO DE GRAN CANARIA

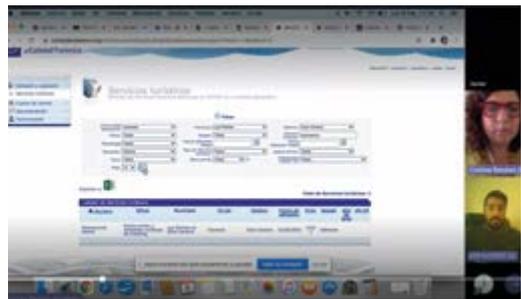
Turismo de Gran Canaria impulsa desde 2009 la implantación en la isla del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destino (SICTED), gestión que lidera en colaboración con la Cámara de Comercio de Gran Canaria desde el año 2019.

Juntos llevan a cabo a lo largo de todo el año diferentes acciones y actividades para la promoción e implementación de este sistema integral y permanente de gestión de la calidad de los destinos turísticos. A través de este programa se difunden y aplican los manuales de buenas prácticas en empresas y entidades turísticas, para lo que se cuenta con 37 manuales, uno por cada oficio. Las empresas participantes deben superar ciclos de diagnósticos iniciales, evaluaciones finales y recibir formación y asistencia técnica para obtener o renovar su distintivo de calidad.

En 2023, el Sistema Integral de Calidad Turística en Destino en Gran Canaria desarrolló las siguientes acciones para mejorar la calidad del turismo en la isla:



Jornada Informativa SICTED



Sesión Online



Campaña de difusión del distintivo en redes sociales



Jornada Informativa SICTED



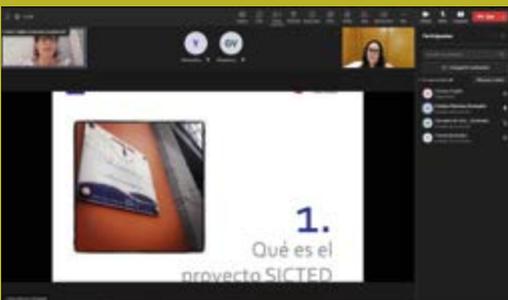
Jornada Informativa SICTED en Gáldar



Asistencia Técnica Colectiva



ATC



MODULO 1



Jornada Online SICTED

7



**GRAN CANARIA,
PARAÍSO PARA
DEPORTES AL
AIRE LIBRE**

GRAN CANARIA, PARAÍSO PARA DEPORTES AL AIRE LIBRE

Turismo de Gran Canaria continuó en 2023 con su estrategia de posicionar a la isla como destino deportivo a nivel nacional e internacional. El segmento de viajeros que tienen entre sus principales motivaciones la práctica deportiva aumenta considerablemente cada año, por lo que desde la entidad de promoción insular se ha intensificado la puesta en valor del destino entre esta tipología de turistas en línea con la diversificación de segmentos turísticos trazada en su vigente Plan Estratégico.

Se trata de un nicho de mercado que aporta un alto valor añadido, con capacidad, además, de rejuvenecer el destino, y que contribuye al crecimiento de la cadena de valor turística, ya que beneficia a múltiples sectores ligados a su desarrollo.

Las características climáticas y naturales únicas de Gran Canaria la hacen especialmente atractiva para deportistas de élite y aficionados, además de clubes deportivos profesionales, ya que ofrece la posibilidad de practicar casi cualquier actividad al aire libre durante todo el año. Prueba de ello es el amplio calendario de eventos deportivos que se celebran en la isla, de enero a diciembre. Turismo de Gran Canaria apoyó la organización de más de medio centenar de pruebas que tuvieron como escenario diferentes puntos de la isla.

Gran Canaria se ha situado como una referencia internacional a la hora de acoger eventos de primer nivel y finales de gran prestigio, por lo que el binomio deporte y turismo se ha convertido en una potencialidad más del destino y un producto destacado para la industria turística de la isla

Son múltiples las propuestas deportivas de la isla, destacando pruebas en las que la colaboración entre administraciones juega un papel fundamental. En un listado de las mismas, resaltarían la Gran Canaria Windsurf World Cup, el mundial de windsurf celebrado en Pozo Izquierdo; Transgrancanaria y Transgrancanaria Bike; GWA Wingfoil World Cup Gran Canaria; Gran Canaria Air Battle Kite & Wing Foil; Desafío los Picos; Pilancones Tunte Trail; Gran Canaria O-Meeting; las regatas ARC y ARC+; Open LPA Surf City; Gran Canaria Frontón King Pro; Gran Canaria Walking Festival; Gran Canaria Bike Week; Bestial Race; Anfi Challenge Mogán Gran Canaria; Sand Series Classic ITF Beachtennis; European Stand Up Paddle Tour; LPA Surf City No Limit; ETB Gran Canaria Pro Bodyboard; Desafío La Titánica; Gran Canaria SwimRun Maspalomas; Open Internacional Pesca de Altura Gran Canaria; y el Rafa Nadal Tour Gran Canaria, entre otras. Competiciones a las que se añade el torneo LaLiga FC Futures para cerrar el año, cuando en pleno periodo navideño la isla alcanza una amplia repercusión internacional gracias a esta competición de fútbol infantil con seguidores en todo el mundo.



De esta forma, **Gran Canaria** demuestra su amplia experiencia organizativa y su oferta de instalaciones, servicios e infraestructuras altamente preparadas para atender a los deportistas y sus acompañantes, así como su capacidad para albergar todo tipo de grandes eventos, junto con una oferta complementaria extraordinaria, relacionada con su patrimonio cultural, sus valores, tradiciones y gastronomía.



VI edición de la Pilancones Tunte Trail
14 ene.



Atlantic Rally for Cruisers (ACR)
15 ene.



Escuela Davide Cassani
1 - 12 feb.



Epic Gran Canaria
10 - 12 feb.



Trail Zone Transgrancanaria
22 - 26 feb.



Transgrancanaria SWE 2023
22 - 26 feb.



Anfi Challenge Mogán Gran Canaria
22 abr.



Gran Canaria Dunkerbeck GPS Speed Challenge
1 abr. - 31 may.



Rally Islas Canarias
4 - 6 may.



Beach Tennis World Tour Sandseries, Playa de Las Canteras
9 - 13 may.



8ª Edición Fred. Olsen Express Transgrancanaria Bike
18 - 21 may.



III Challenge Beach Volley Cup
2 - 4 jun.



Gran Canaria Pro - Campeonato Europeo Stand Up Paddle
3 jun.



LPA Surf City No Limit
8 - 11 jun.



Gran Canaria SwimRun Maspalomas
10 jun



Gran Canaria Windsurf World Cup
1 - 9 jul.



GWA Wingfoil Worl Cup Gran Canaria
11 - 16 jul.



Aguas de Teror Trail - Desafío de los Picos
29 jul.



Torneo ITF W100 Disa Gran Canaria
6 - 13 ago.



3º Open Internacional Pesca de Altura Gran Canaria
24 - 26 ago.



Rafa Nadal Tour By Santander 2023
9 - 17 sep.



Maspalomas Open Water
16 sep.



Canaria Adventure Weekend (Activa Canarias)
21 - 24 sep.



ETB Gran Canaria Pro 2023
21 - 24 sep.



**LPA
City Race**
23 - 24 sep.



**11ª edición
Frontón King Pro**
12 - 27 sep.



**Beyond The Coast Sky Gran Canaria
- Finalissima Copa del Mundo**
13 - 15 oct.



**Gran Canaria
Walking Festival**
19 - 22 oct.



**X edición de la Binter NightRun
Las Palmas de Gran Canaria**
21 oct.



**360°
The Challenge**
15 - 19 nov.



**Salida de la
ARC+**
5 nov.



**Gran Canaria
Maspalomas Marathon**
19 nov.



**Salida de la
ARC**
19 nov.



**Gran Canaria
Pro-Am SUP Challenge**
21 - 28 nov.



**Open LPA
Surf City**
27 nov. - 3 dic.



**Gran Canaria
Bike Week**
2 - 10 dic.



**Gran Canaria
Air Battle**
6 - 10 dic.



**Bestial
Race**
9 dic.



**XXVII Torneo Internacional
LaLiga FC Futures**
27 - 29 dic.



**Gran Canaria
O-Meeting**
27 - 31 dic.



**San Silvestre
Las Palmas de Gran Canaria**
31 dic.



**GASTRONOMÍA.
ELEVANDO EL LUJO
DEL BUEN COMER**

La gastronomía se ha convertido en un recurso clave en la propuesta de valor turística diferencial de los destinos. A partir de esta premisa, **Turismo de Gran Canaria** ha desarrollado en los últimos años una estratégica línea de trabajo dirigida a posicionar a la isla como destino turístico gastronómico de primer nivel y visibilizar sus activos gastronómicos, reflejo de su patrimonio natural y cultural.

La planificación del desarrollo del turismo gastronómico de Gran Canaria está íntimamente ligada con la estrategia turística del destino, teniendo en cuenta las tres dimensiones de la sostenibilidad como eje transversal de su plan de acción. A través del impulso a la gastronomía, se ha logrado que la isla sea aún más reconocida al unir la cultura gastronómica del destino a su paisaje, historia y tradiciones. Los visitantes buscan cada vez más experiencias auténticas, y la gastronomía se ha consolidado como un valor en alza en la motivación de viaje. Por su singularidad, las propuestas culinarias de nuestro destino se han convertido en un atractivo diferenciador. La potenciación de este recurso turístico se encuentra entre los elementos que han permitido un incremento significativo de la facturación del destino, ya que las personas interesadas en la gastronomía acostumbran a doblar su presupuesto en este concepto frente al resto de turistas. Además, esta tipología de turismo permite un mejor reparto de los beneficios que genera la industria turística local entre los 21 municipios de la isla.

Para la promoción de este producto, Turismo de Gran Canaria participa en eventos nacionales e internacionales, produce folletos y vídeos, mantiene activo un espacio dedicado a la gastronomía en su página web oficial y realiza campañas y publicaciones en medios de comunicación impresos y digitales. Asimismo, organiza press y fam trips para dar a conocer en los mercados emisores las características de nuestros productos y las experiencias que permiten al visitante conocer la gastronomía local. Como parte fundamental de esta estrategia, se presta apoyo a diversas iniciativas gastronómicas que se llevan a cabo en la isla, destacando el compromiso con los productores del sector agroalimentario grancanario.



En este sentido, destaca la colaboración con la celebración de las Ferias Km.0, en las que se promocionan los productos y productores locales a través de mercadillos tradicionales en diferentes municipios de la isla. Esta iniciativa, plenamente consolidada, cerró el año en 2023 celebrando 19 ediciones y contando con una participación de más de 250 productores hasta ese momento. Se trata de un proyecto que contribuye a la dinamización económica isleña mediante la adquisición de productos y elaboraciones de cercanía y permite redescubrir las localidades que lo acogen.



A nivel nacional e internacional, se continúa impulsando la marca Saborea Gran Canaria. Durante 2023, bajo el paraguas de Saborea España, plataforma nacional dedicada al fomento del turismo culinario, nuestro destino participó en diversos eventos clave. Entre ellos destacan Madrid Fusión en enero, donde la cocina grancanaria volvió a brillar, exhibiendo la flamante creatividad de su gastronomía y con Llano absoluto de su stand en todas las jornadas. Le siguieron eventos como el Día Mundial de la Tapa en Tel Aviv y el Taste of Dublin en junio, el Workshop Saborea España-CEAV en octubre en Madrid y en el Festival Enogastronómico Saborea Lanzarote en noviembre, entre otras acciones a las que se añaden campañas en redes sociales lanzadas desde esta red que potencia el turismo y la gastronomía.

La gastronomía de Gran Canaria también tuvo presencia en Suecia, concretamente en el Öl & Whiskymässa, celebrado en abril en Gotemburgo, y en China, con innovadoras acciones que combinaban la presentación del destino con una muestra de la gastronomía más selecta de la isla de la mano del chef Abraham Ortega (Restaurante Tabaiba, con una Estrella Michelin), actuaciones llevadas a cabo entre mayo y junio en regiones emergentes como Guiyang, Chongqing, Chengdu y Guangzhou. Igualmente, se organizaron eventos gastronómicos propios en el marco del Pride de Tel Aviv en junio y en Turín y Milán, en junio y julio respectivamente. Además, Turismo de Gran Canaria diseñó viajes de prensa y familiarización para mostrar su potencialidad como destino gastronómico y enoturístico, como el realizado en septiembre por un grupo de periodistas alemanes para descubrir las peculiaridades de la Ruta del Vino de Gran Canaria.



14 - 15 abr.

**Öl & Whiskymässa,
Gotemburgo**



2 jun.

**Acción promocional gastronómica
en varias ciudades de China**



6 jun.

**Evento gastronómico en
el marco del Pride de Tel Aviv**



7 jun.

**Celebración del Día Mundial
de la Tapa en Tel Aviv**



15 - 18 jun.

**Taste of
Dublin**



23 jun.

**Aperitivo Gran Canaria
con Sugo News, Turín**



23 - 25 ene. Madrid Fusión

La consolidación de la marca gastronómica de la isla es ya un hecho. Gran Canaria está viviendo un momento donde su gastronomía está en auge, recibiendo el reconocimiento de la labor de sus cocineros con premios y distinciones de las publicaciones de referencia en el sector gastronómico, como son las guías Michelin y Repsol.

En la selección de la Guía Michelin España, presentada el 28 de noviembre de 2023 en Barcelona, la excelencia gastronómica de Gran Canaria demostró su constante ascenso con la incorporación del restaurante Bevir de Las Palmas de Gran Canaria a este selecto listado internacional, contabilizando en este ejercicio seis restaurantes.

Además de esta nueva suma al firmamento Michelin, continuaron manteniendo sus estrellas los siguientes espacios de alta

cocina grancanarios: Tabaiba, Poemas by Hermanos Padrón, Los Guayres y La Aquarela, a los que se añade el restaurante Muxgo, que sigue destacándose como el primer restaurante en Canarias en recibir la Estrella Verde Michelin en reconocimiento a su compromiso con la sostenibilidad.

A esta prestigiosa selección se añaden los restaurantes galardonados por la guía francesa como Bib Gourmand: El Equilibrista 33, y los establecimientos Recomendados: Nákar, Sorondongo, Qué Leche!, Deliciosa Marta, El Santo, Kabiki, Casa Romántica y Casa Brito. Por su parte, la Guía Repsol, fijó como Recomendados en Gran Canaria en 2023 a un total de 21 restaurantes, además, los 2 Soles que distinguen a La Aquarela y las 13 salas grancanarias galardonadas con 1 Sol, que dan mayor proyección al destino y ponen de relieve el talento de los cocineros de la isla que elevan el lujo del buen comer.



3 jul.

Cooking Lesson en la escuela de la revista La Cucina Italiana, Milán



19 oct.

Workshop Saborea España - CEAV, Madrid



13 - 17 sep.

Press Trip OET Berlín - Ruta del Vino



25 - 26 nov.

Saborea Lanzarote

9

DISTINCIONES UNESCO

Reserva de la Biosfera

Patrimonio Mundial

Destino Turístico Starlight



RECONOCIMIENTOS INTERNACIONALES

Gran Canaria se distingue por su invaluable patrimonio natural y cultural, respaldado por prestigiosos reconocimientos internacionales. La isla fue declarada Reserva de la Biosfera por la UNESCO en 2005, protegiendo más del 40% de su superficie terrestre y una extensa franja marina. Esta distinción subraya la singularidad de sus ecosistemas, biodiversidad y riqueza arqueológica.

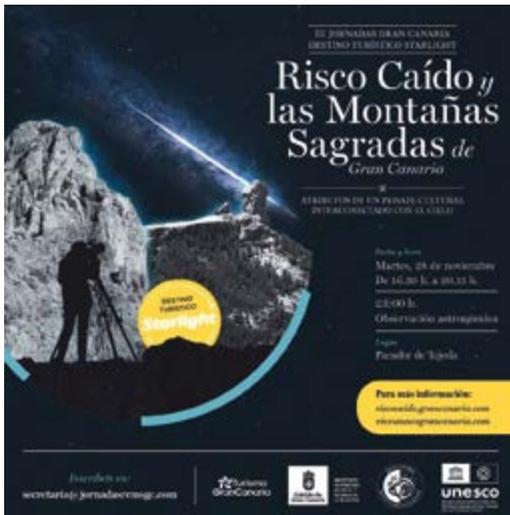
En 2019, la UNESCO inscribió a Risco Caído y las Montañas Sagradas de Gran Canaria en la lista del Patrimonio Mundial, destacando un paisaje cultural que integra formaciones geológicas únicas y sitios arqueológicos excepcionales. Además, en 2018, la isla recibió la certificación de Destino Turístico Starlight por su excelencia en la observación astronómica y su compromiso con la preservación del cielo nocturno.

Turismo de Gran Canaria trabaja activamente en la promoción de estos reconocimientos, que reflejan la riqueza natural y cultural de la isla. Estos distintivos, tanto del entorno terrestre como del cielo grancanario, son un atractivo significativo para los entusiastas de la naturaleza. La entidad se dedica a difundir estas distinciones a través de diversas iniciativas promocionales, con el objetivo de atraer a visitantes comprometidos con el desarrollo sostenible.





En 2023, Turismo de Gran Canaria apoyó y participó en las X Jornadas Risco Caído y las Montañas Sagradas de Gran Canaria, así como en las III Jornadas Gran Canaria Destino Turístico Starlight. Asimismo, el equipo técnico de Turismo de Gran Canaria y los informadores turísticos de la isla realizaron una visita al Centro de Información y Gestión de Risco Caído y las Montañas Sagradas, con el fin de conocer en profundidad este valioso recurso turístico. Estas acciones reafirman el compromiso de la entidad con la conservación, valorización del patrimonio insular y el turismo responsable.



27 - 28 nov.

X Jornadas Risco Caído y III Jornadas Destino Turístico Starlight



12 may. 2023

Visita equipo de Turismo de Gran Canaria e Informadores Turísticos a Risco Caído y Tejeda

10

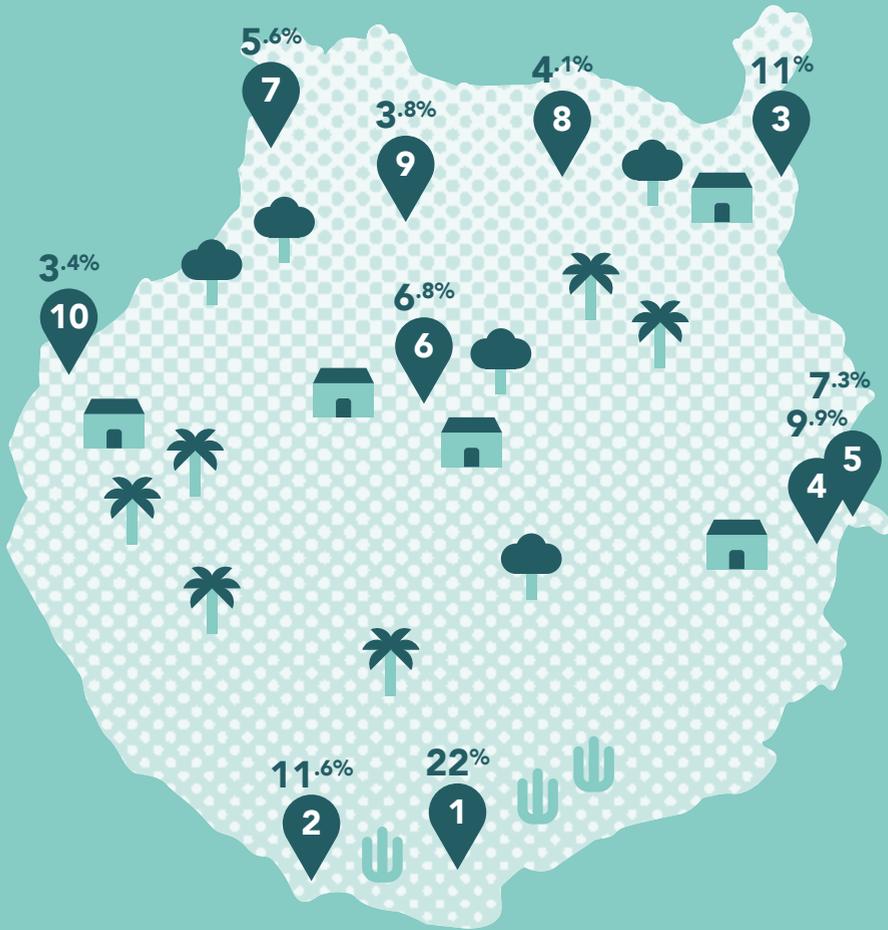
**EMBAJADORES
DEL DESTINO.
RED DE OFICINAS
DE TURISMO DE
GRAN CANARIA**

Gran Canaria dispone de una completa **Red de Oficinas de Turismo** que sirve de guía a los viajeros.

Más de 30 oficinas están repartidas por toda la geografía insular, donde **45 Informadores Turísticos** altamente especializados, cercanos y comprometidos, actúan como verdaderos embajadores del destino. Turismo de Gran Canaria trabaja en estrecha colaboración y de forma coordinada con los 21 municipios de la isla para ofrecer información turística de primer nivel en todas sus ciudades, pueblos y localidades.

Toda la información que los visitantes necesitan durante su estancia puede obtenerse a través de estos profesionales, apoyados en las más modernas infraestructuras con las que las Oficinas y Puntos de Información Turística están dotados. El servicio personalizado que se realiza en estos espacios, punto de conexión del turista en el destino, se complementa con los procesos de digitalización llevados a cabo en los últimos años para la optimización de la atención al visitante con la incorporación de nuevas tecnologías. Tótems, mupis, atriles, pantallas, audioguías y tablets son algunos de los dispositivos de estas instalaciones que permiten ampliar el conocimiento acerca de los diferentes recursos del destino, así como de sus productos y servicios.





1	Centro Insular de Turismo	16.305
2	Oficina de Información Turística Faro de Maspalomas	8.572
3	Oficina de Turismo de Gran Canaria - Triana	8.121
4	Oficina de Información Turística - Aeropuerto Internacional	7.340
5	Oficina de Información Turística - Aeropuerto Nacional	5.422
6	Oficina de Turismo de Cruz de Tejeda	4.997
7	Oficina de Turismo de Agaete	4.170
8	Oficina de Turismo de Arucas	3.059
9	Oficina de Turismo de Gáldar	2.789
10	Oficina de Turismo de La Aldea - Centro de Visitantes	2.520

VISITANTES DE LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

173.865

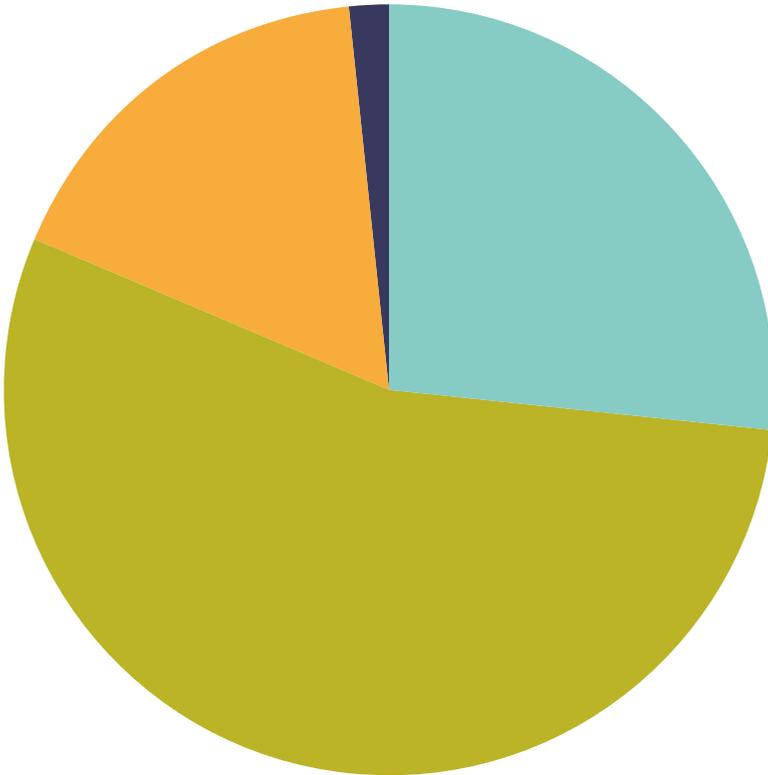
TOTAL VISITANTES RED INSULAR DE TURISMO

75.559

ACUMULADO DE LAS OFICINAS DE TURISMO DE GRAN CANARIA

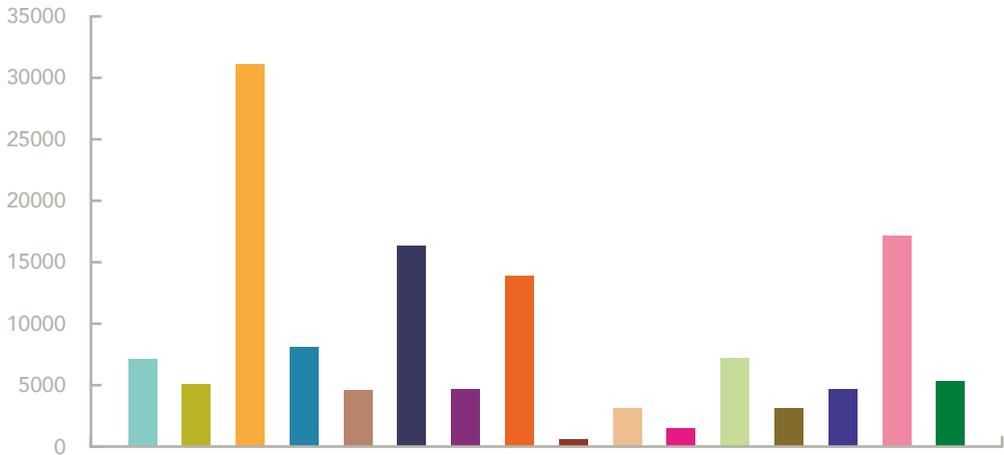


TIPO DE GRUPO



 Sólo	19.815	26.8%
 Pareja	40.431	54.6%
 Grupo (3 a 7 personas)	12.574	17%
 Grupo (más de 7)	1.201	1.6%

INFORMACIÓN SOLICITADA



	Senderos	7.144	9.7%
	Restaurantes	5.057	6.8%
	Cosas que hacer o ver en el lugar	31.127	42.1%
	Rutas	8.119	11%
	Mercadillos / artesanía	4.617	6.2%
	Cosas que ver o hacer en la isla	16.344	22.1%
	Cultura	4.661	6.3%
	Transporte	13.927	18.8%
	Alojamiento	641	0.9%
	Playas	3.111	4.2%
	Shopping	1.526	2.1%
	Arqueología / museos	7.248	9.8%
	Eventos	3.166	4.3%
	WC	4.649	6.3%
	Otros	17.146	23.2%
	No solicitó información	5.377	7.3%

11

EXPERIENCIAS ÚNICAS PARA TODOS



EXPERIENCIAS ÚNICAS PARA TODOS

La estrategia de Turismo de Gran Canaria, delineada en su Plan Estratégico de Turismo y Plan de Marketing Turístico vigente hasta 2025, se centra en la promoción del destino entre segmentos clave para su desarrollo presente y futuro. La isla mantiene una afluencia constante a lo largo del año, y es esencial continuar implementando acciones que ofrezcan a los diferentes nichos de mercado experiencias únicas, posicionando a Gran Canaria como la primera opción para vacaciones y escapadas.

La principal ventaja de Gran Canaria radica en su capacidad de proporcionar una experiencia turística excepcional con el mejor clima de Europa en cualquier

época del año. En 2023, se prestó especial atención a las tendencias de viaje actuales, que incluyen el bienestar personal, la búsqueda de aventuras auténticas y la gastronomía local. En este contexto, la entidad de promoción trabaja intensamente para resaltar los productos y servicios turísticos de la isla que satisfacen estas demandas. Las iniciativas dirigidas a atraer a turistas sénior, familias y jóvenes, el turismo LGBT+ y nómadas digitales son ejemplos claros del compromiso de Gran Canaria por ofrecer experiencias únicas y adaptadas a las necesidades cambiantes del mercado y a los perfiles de los diferentes tipos de viajeros.

Gran Canaria, referente internacional en turismo LGBTQ+

A lo largo del año 2023, Turismo de Gran Canaria llevó a cabo un conjunto de acciones para mantener e incrementar el posicionamiento de la isla como un destino turístico referente para la comunidad LGBTQ+, destacando el espíritu libertario del destino, ejemplo de diversidad e inclusión. En enero, participó en Fitur LGBTQ+, donde presentó productos turísticos orientados a este segmento de mercado. En abril, se llevó a cabo una acción en la plataforma de contenidos Freeda en colaboración con la actriz Ruth Armas.

Del 4 al 14 de mayo, tuvo lugar el Maspalomas Pride by Freedom, evento plenamente consolidado desde el punto de vista turístico tras más de dos décadas de vida, uno de los mayores eventos de esta temática realizados en Europa, que atrae a un cliente fiel a la isla y genera un importante impacto económico. De la misma forma, del 6 al 12 de noviembre, se celebró la novena edición del Winter Pride Maspalomas, consolidado como uno de los principales orgullos de invierno de Europa y del mundo.

También en noviembre, Gran Canaria fue elegida por los agentes de viajes británicos como el mejor destino LGBTQ+ del año en los Travel Bulletin Star Awards. Ese mismo mes, Turismo de Gran Canaria organizó un press trip con medios y agencias de viaje italianas, donde los periodistas participantes pudieron conocer de primera mano los atractivos de la isla como destino turístico para esta comunidad de larga trayectoria en la industria turística grancanaria.



Fitur LGBTQ+, 18-22 ene.



Acción en la plataforma Freeda con la actriz Ruth Armas, 14 abr.



Maspalomas Pride By Freedom, 4-14 may.



Winter Pride Maspalomas, 6-12 nov.

Destino a medida de las familias

Turismo de Gran Canaria se propone consolidar la isla como un destino atractivo para familias y turistas jóvenes. Desde este enfoque, se incrementan los esfuerzos por atraer viajeros que buscan relax y descanso, además de aquellos motivados por la aventura y el descubrimiento.

Con la intención de posicionarse como la isla ideal para familias, Gran Canaria está desarrollando un distintivo que categorice su oferta turística familiar, junto con campañas publicitarias y la estrecha colaboración con los operadores locales.

Durante 2023, Turismo de Gran Canaria ha estado presente en diversos eventos para conectar con este público objetivo. La participación en la Feria de Wrocław (3-5 marzo) y en el Evento Familiar EFD en Estocolmo (26 marzo) permitieron presentar las propuestas familiares de la isla. Posteriormente, el Evento de fútbol femenino del equipo AIK en Estocolmo (22 abril) y el Ecotrail Stockholm (16-17 junio) reforzaron la visibilidad del destino.

Además, se asistió al Festival Globaltica en Gdynia (20-22 julio), seguido por el Summersmash 2023 en Tylösand (31 julio – 6 agosto) y el Festival Trosa Galejet (10-13 agosto). La Carrera Inclusiva AO-Loppet en Trollhättan (23 agosto) concluyó una serie de acciones enfocadas en atraer a familias y jóvenes. Finalmente, el año culminó con la celebración del XXVII Torneo Internacional LaLiga FC Futures (27-29 diciembre).



3 - 5 mar.

Feria Wrocław



26 mar.

Evento familiar EFD Estocolmo



22 abr.

Evento familiar de fútbol femenino Equipo AIK, Estocolmo



16 - 17 jun.

**Ecotrail
Stockholm**



20 - 22 jul.

**Festival Globaltica,
Gdynia**



31 jul. - 6 ago.

**Summersmash 2023,
Tylösand**



10 - 13 ago.

**Festival Trosa Galejet,
Trosa**



23 ago.

**Carrera inclusiva AO
- Loppet, Trollhättan**



27 - 29 dic.

**XXVII Torneo Internacional
LaLiga FC Futures**

Destino Silver

Durante 2023, Turismo de Gran Canaria intensificó sus acciones promocionales dirigidas al mercado sénior europeo, con el objetivo de atraer a este segmento de turistas que destaca por su flexibilidad para viajar en temporada baja y su preferencia por estancias prolongadas. Este grupo demográfico, de gran relevancia para la isla, busca destinos cálidos, seguros y accesibles, características que posicionan a Gran Canaria como uno de sus lugares favoritos.

En el marco de esta estrategia, Turismo de Gran Canaria participó en una serie de eventos internacionales especializados, como 60+ Karlstad (22 febrero), 60+ Uppsala (29-30 marzo), Senior Mässan Malmö (25-27 abril), 60+ Mässan Gävle (24-25 octubre) y 60+ Västerås (22-23 de noviembre). En estos eventos, la entidad no solo presentó la oferta turística de la isla, sino que también ofreció información directa a los visitantes, muchos de los cuales ya tenían viajes planificados a la isla.

La presencia en estas ferias permitió a Turismo de Gran Canaria establecer contactos clave con operadores turísticos, promover los atractivos de la isla y consolidar su posición como destino preferido por los turistas sénior, especialmente en los meses de otoño e invierno, cuando el buen clima de la isla se convierte en un imán para este perfil viajero.



29 - 30 mar.

60+
Uppsala



25 - 27 abr.

Senior Mässan,
Malmö



24 - 25 oct.

60+ Mässan
Gävle



Nómadas digitales: Viajar mientras se trabaja



15 - 29 jul.

Festival Nomad City



29 nov.

Encuentro estudio sobre teletrabajo con la ULPGC

Dentro de la Estrategia de Turismo de Gran Canaria 2021-2025, la isla se presenta como un destino atractivo para nómadas digitales, explorando un segmento en crecimiento que diversifica y desestacionaliza la oferta turística. En este contexto, el Nomad City Festival 2023, celebrado del 15 al 29 de julio en Agaete, se convirtió en un punto de encuentro para discutir las tendencias emergentes del teletrabajo. Este evento reunió a más de 100 participantes que asistieron a conferencias y talleres sobre la integración en la comunidad local y los aspectos económicos y fiscales del trabajo en remoto.

El festival destacó un cambio significativo en el perfil de los nómadas digitales, donde no solo se incluyen jóvenes solteros, sino también familias y parejas que buscan equilibrar su vida laboral y personal. Este fenómeno ha sido facilitado por la apertura de espacios de cohousing y el creciente interés en retiros corporativos en la isla. Además, la estancia media de estos profesionales se sitúa entre seis y ocho semanas, con un origen que abarca desde Europa hasta América Latina y Asia.

Por último, Turismo de Gran Canaria ha unido esfuerzos con la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC) para llevar a cabo un estudio de mercado sobre el turismo de teletrabajo, con el objetivo de evaluar su potencial y rentabilidad en el destino.

12

DESTINO RENOVADO



DESTINO RENOVADO

Turismo de Gran Canaria mantuvo durante este ejercicio su línea de colaboración y apoyo presupuestario con los Ayuntamientos de la isla para seguir contribuyendo de manera conjunta a la renovación y mejora del destino con cargo al presupuesto de la entidad para 2023.

La mejora de la infraestructura turística de la isla incluye la rehabilitación de espacios públicos, que en los últimos años ha sido muy potente, especialmente tras la pandemia. Desde la entidad se ha apostado por favorecer la colaboración entre las distintas administraciones para ofrecer un destino de mayor calidad, siempre bajo principios de sostenibilidad social y medioambiental.

Dentro de las contribuciones de Turismo de Gran Canaria destacan inversiones realizadas en la recuperación de zonas emblemáticas como el palmeral de Maspalomas.

Entre otras, también figuran actuaciones como las del acondicionamiento peatonal de Arguineguín hasta Patalavaca, la rehabilitación de la calle Veneguera en Puerto Rico y otras actuaciones de rehabilitación turística en alianza con el Ayuntamiento de Mogán. Asimismo, se incluyen trabajos en el acceso al Faro de Maspalomas y actuaciones de rehabilitación con el Consorcio Maspalomas Gran Canaria, así como el reacondicionamiento del Centro Internacional de Windsurfing de Pozo Izquierdo en colaboración con el Ayuntamiento de Santa Lucía de Tirajana.

La ficha financiera de Turismo de Gran Canaria ofrece un respaldo a los proyectos municipales de interés turístico, ya que la ampliación de su oferta y las mejoras en los 21 municipios grancanarios implican un aumento de la calidad del destino. El objetivo principal de la institución es que la riqueza que genera la industria turística pueda llegar a todos los rincones de la isla.



13

AÑO DE LOGROS EN CIFRAS TURÍSTICAS

4.340

TURISTAS

63

COMPAÑÍAS AÉREAS

23

PAÍSES

169

AEROPUERTOS

0.676

59

FERIAS A LAS QUE
HEMOS ASISTIDO

41

VIAJES DE PRENSA

24

VIAJES DE
FAMILIARIZACIÓN

PRINCIPALES INDICADORES DEL DESTINO

El año 2023 cerró como uno de los mejores para el sector turístico de Gran Canaria según los datos estadísticos, tanto en volumen de clientes, con 4,34 millones, como en facturación y empleo. Los ingresos alcanzaron en este ejercicio un total de 5.459 millones de euros, un 20% más que en 2022, y un 25% sobre 2019, anotando un mayor gasto por cliente, con 1.460,75 euros, el mayor de la historia, con un +8,29% sobre 2022 y +25% sobre 2019. El incremento de la facturación es especialmente relevante y destacado, en línea con el Plan Estratégico de Turismo de Gran Canaria para el periodo 2021-2025, que prioriza un crecimiento cualitativo, tanto en días como en estancia, que mejore los ingresos de la actividad turística en los 21 municipios de la isla.

En cuanto a la conectividad, cabe destacar que las conexiones directas de Gran Canaria reflejaron durante este ejercicio el buen posicionamiento del destino con un número de rutas que también han marcado un hito histórico en términos de enlaces con diferentes aeropuertos de 23 países.

Actividades realizadas en Gran Canaria, 2023

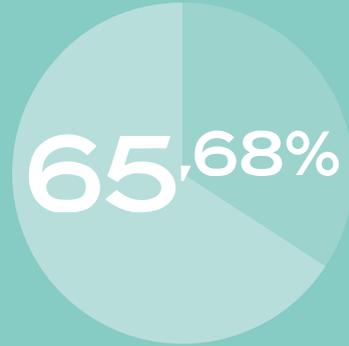


Actividad en alojamientos Gran Canaria, 2023



Fuentes:
Turismo de Gran Canaria
ISTAC. Dato Edad hasta tercer trimestre 2023

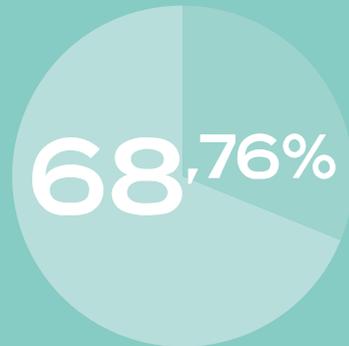
NUESTROS TURISTAS MÁS FIELES 2023



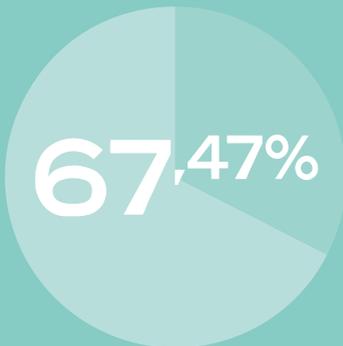
Porcentaje de repetidores
Todos los mercados



Porcentaje de repetidores
Mercado Nórdico



Porcentaje de repetidores
Mercado Inglés



Porcentaje de repetidores
Mercado Nacional



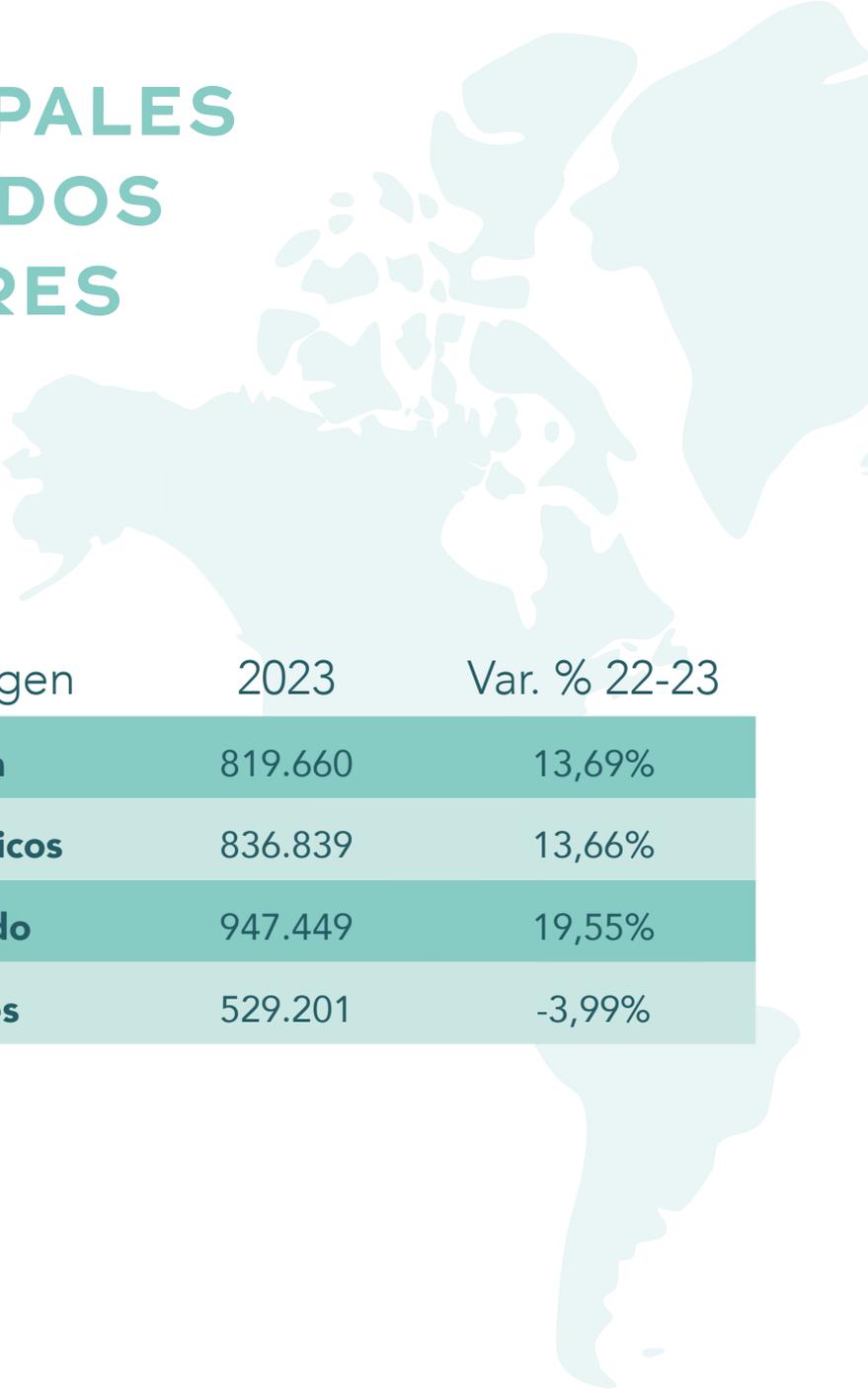
Porcentaje de repetidores
Mercado Alemán

TURISTAS EN GRAN CANARIA

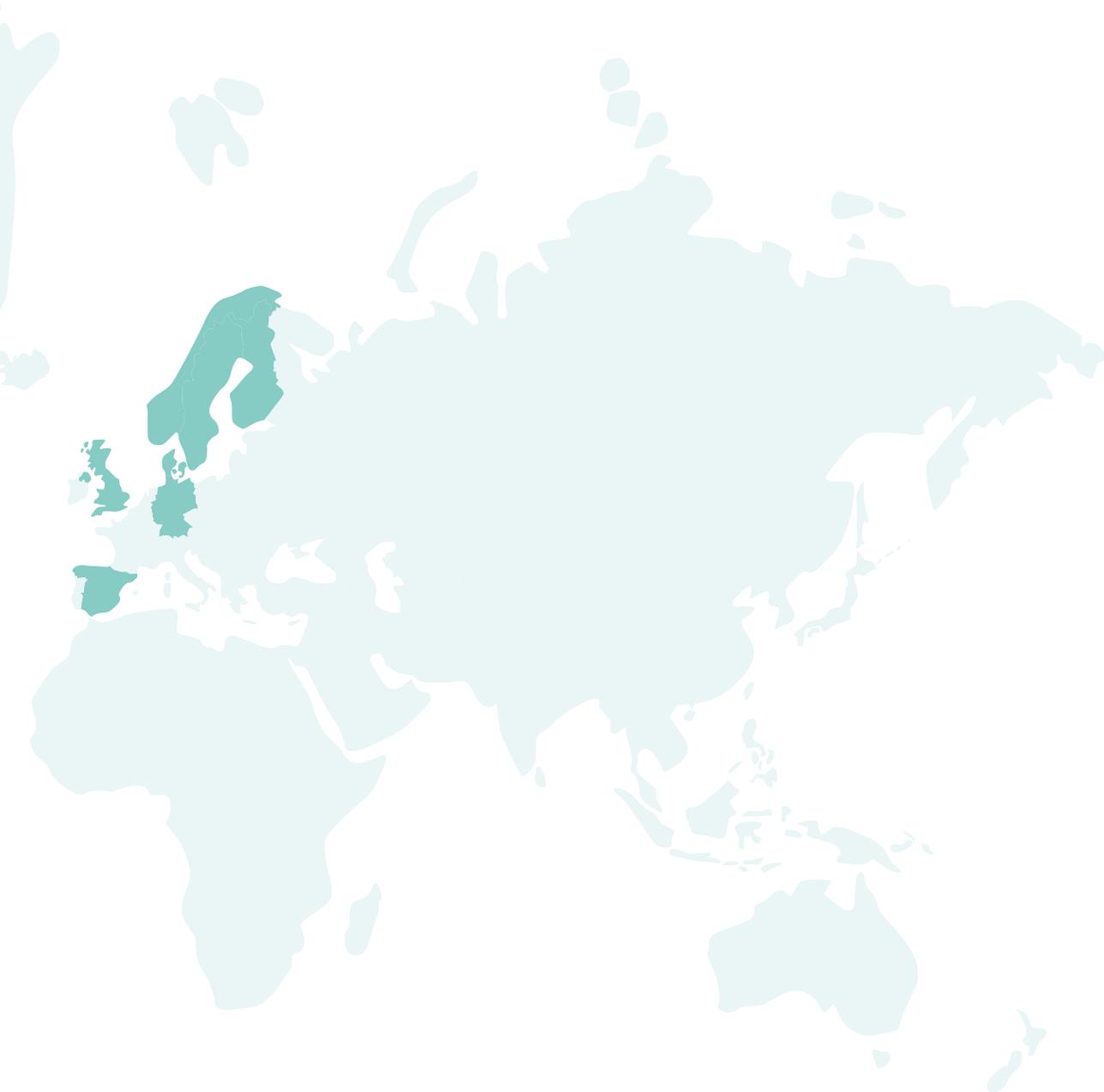
PAÍS DE ORIGEN	2019	2022	2023	Var. % 19-23	Var. % 22-23
Alemania	874.742	720.959	819.660	-6,30%	13,69%
Bélgica	103.474	105.972	108.972	5,31%	2,83%
Francia	95.530	136.369	158.745	66,17%	16,41%
Irlanda	77.915	81.125	110.766	42,16%	36,54%
Italia	100.344	114.253	126.834	26,40%	11,01%
Países Bajos	237.795	275.272	273.327	14,94%	-0,71%
Países Nórdicos	942.683	736.263	836.839	-11,23%	13,66%
Reino Unido	771.922	792.488	947.449	22,74%	19,55%
Otros países	416.357	354.147	428.882	3,01%	21,10%
Extranjeros	3.620.756	3.316.840	3.811.475	5,27%	14,91%
Nacionales	651.858	551.209	529.201	-18,82%	-3,99%
TOTAL	4.272.615	3.868.048	4.340.676	1,59%	12,22%

Fuente: ISTAC – FRONTUR.

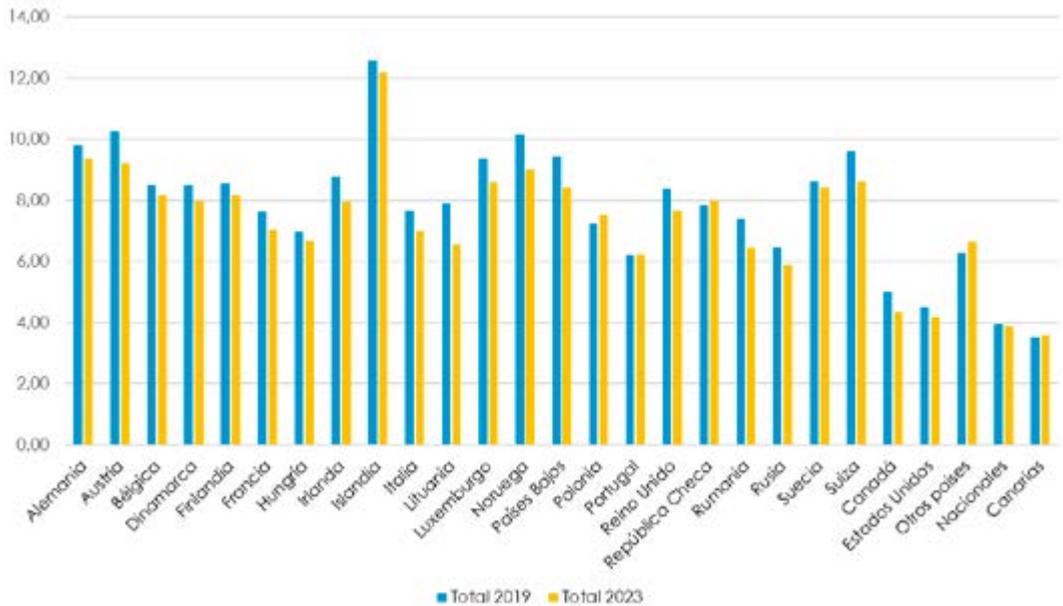
PRINCIPALES MERCADOS EMISORES 2023



País de origen	2023	Var. % 22-23
Alemania	819.660	13,69%
Países Nórdicos	836.839	13,66%
Reino Unido	947.449	19,55%
Nacionales	529.201	-3,99%



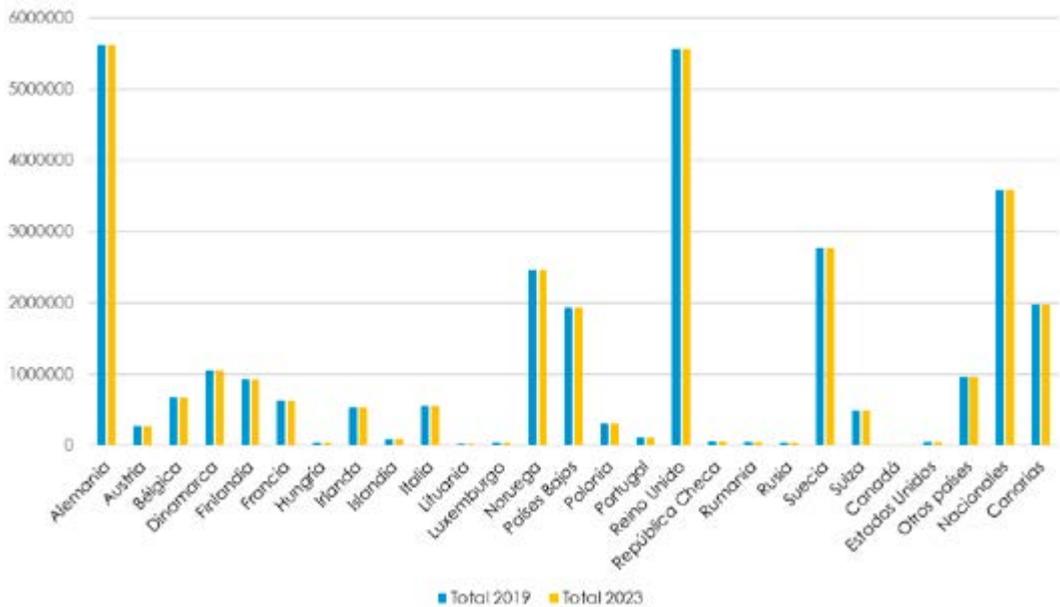
ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA SEGÚN PROCEDENCIA 2023



Fuente: ISTAC – Encuestas de Alojamiento Turístico.

Nota: "Nacionales" excluye "Canarias".

PERNOCTACIONES TOTALES EN GRAN CANARIA SEGÚN PROCEDENCIA 2023

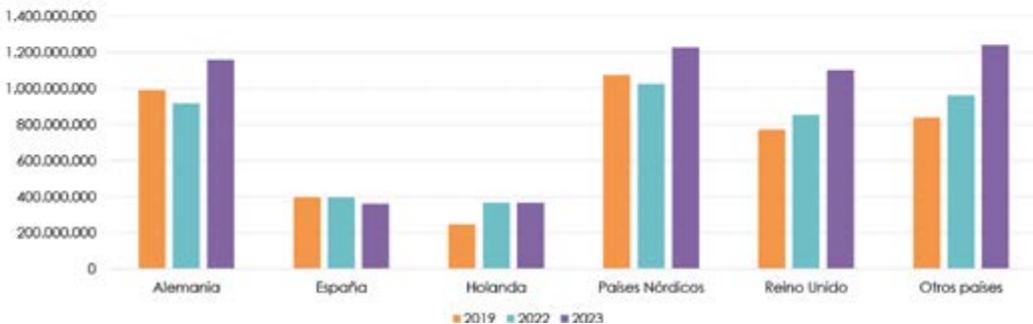


Fuente: ISTAC – Encuestas de Alojamiento Turístico.
Nota: "Nacionales" excluye "Canarias".

GASTO TURÍSTICO

GASTO TOTAL POR MERCADOS

Pais	2019	2022	2023	Variación (%) 19-23	Variación (%) 22-23
Alemania	990.774.220	917.796.750	1.158.658.711	16,94%	26,24%
España	397.799.642	396.084.460	362.158.994	-8,96%	-8,57%
Holanda	247.827.317	367.683.373	367.429.349	48,26%	-0,07%
Países Nórdicos	1.075.061.326	1.025.532.720	1.227.944.059	14,22%	19,74%
Reino Unido	773.045.660	853.724.581	1.101.653.685	42,51%	29,04%
Otros países	839.181.485	961.882.452	1.241.224.504	47,91%	29,04%
Total	4.323.689.650	4.522.704.337	5.459.069.303	26,26%	20,70%



GASTO TURÍSTICO

GASTO MEDIO DESGLOSADO

Gasto desglosado	2019	2022	2023	Variación 19-23	Variación 22-23	Var. (%) 19-23	Var. (%) 22-23
Alojamiento	495,88	580,30	630,14	134,26	49,84	27,08%	8,59%
Transporte nacional/internacional	342,91	383,52	430,97	88,06	47,45	25,68%	12,37%
Transporte en destino	60,60	82,50	86,10	25,50	3,60	42,08%	4,36%
Alimentación (compras y restauración)	175,51	206,05	214,65	39,14	8,60	22,30%	4,17%
Recreación, cultura y deporte	36,68	41,89	41,56	4,88	-0,33	13,30%	-0,79%
Compras	48,69	47,13	48,17	-0,52	1,04	-1,07%	2,21%
Otros	7,33	7,53	9,16	1,83	1,63	24,97%	21,65%
Total	1.167,63	1.348,93	1.460,75	293,12	111,82	25,10%	8,29%



ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA Y EXTRAHOTELERA EN GRAN CANARIA

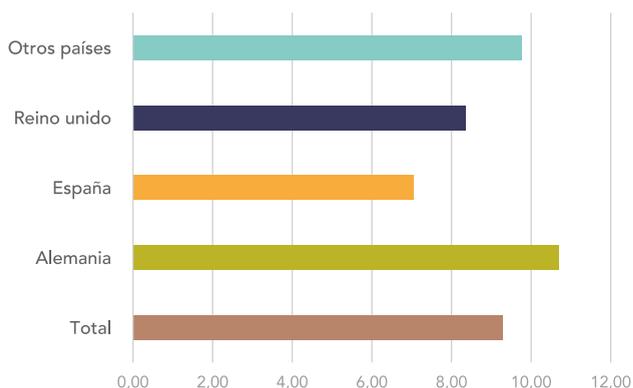
		Total anual			Variación Interanual	
		2019	2022	2023	Var. 19-23	Var. 22-23
Estancia media	Total	7,6	7,0	7,1	-6,54%	2,00%
	Extranjeros	8,8	8,1	8,2	-7,12%	0,64%
	Nacionales	3,9	3,9	3,9	-1,60%	0,58%
	Canarias	3,5	3,5	3,6	1,52%	2,31%
Pernoctaciones	Total	28.845.156	23.157.953	26.352.290	-8,64%	13,79%
	Extranjeros	25.257.750	19.770.920	22.873.652	-9,44%	15,69%
	Nacionales	3.587.406	3.387.033	3.478.638	-3,03%	2,70%
	Canarias	1.971.743	1.792.837	1.969.620	-0,11%	9,86%
Viajeros alojados	Total	3.871.563	3.376.603	3.775.470	-2,48%	11,81%
	Extranjeros	2.957.987	2.493.977	2.873.358	-2,86%	15,21%
	Nacionales	913.576	882.626	902.112	-1,25%	2,21%
	Canarias	558.339	512.145	550.197	-1,46%	7,43%
Viajeros entrados	Total	3.784.870	3.316.536	3.699.837	-2,25%	11,56%
	Extranjeros	2.876.452	2.439.822	2.804.633	-2,50%	14,95%
	Nacionales	908.418	876.714	895.204	-1,45%	2,11%
	Canarias	556.320	509.752	547.383	-1,61%	7,38%
Tasa de ocupación	Por habitaciones	77,2	74,6	79,3	2,75%	6,29%
	Por plazas	64,3	65,5	69,3	7,84%	5,85%
Tarifa media diaria (ADR)		86,4	108,2	113,9	2,75%	6,29%

Fuente: ISTAC – Encuestas de Alojamiento Turístico.

Nota: "Nacionales" excluye "Canarias".

ESTANCIA MEDIA SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA 2023

País	2019	2020	2023	Var. %19-23 del total de turistas	Var. %22-23 del total de turistas
Alemania	10,70	10,91	9,74	5,14%	3,12%
España	7,04	7,13	6,97	-0,99%	-2,24%
Reino Unido	8,35	8,57	8,78	5,15%	2,45%
Otros países	9,77	10,59	11,03	12,90%	4,15%
Total	9,29	9,74	10,09	8,61%	3,59%



La estancia media total durante el 2023 se situó en **10,09** días, lo que supone un aumento del **8,61%** respecto al 2019 y del **3,59%** frente al 2022.

Los turistas alemanes siguen siendo los que pasan, de media, más días en la isla (en torno a 11 días), 4 días por encima que los residentes en España.

CONECTIVIDAD AÉREA

PASAJEROS EXTRANJEROS

LLEGADOS A GRAN CANARIA

2023

PAÍS DE ORIGEN	Total 2019	Total 2023	Var. 19-23	Var. (%) 19-23
REINO UNIDO	814.549	928.636	114.087	14.01%
ALEMANIA	878.511	834.470	-44.041	-5.01%
NORUEGA	334.333	284.552	-49.781	-14.89%
HOLANDA	231.325	266.199	34.874	15.08%
SUECIA	307.048	232.802	-74.246	-24.18%
DINAMARCA	164.245	176.555	12.310	7.49%
ITALIA	94.608	119.370	24.762	26.17%
IRLANDA	87.656	108.298	20.642	23.55%
FINLANDIA	134.343	105.459	-28.884	-21.50%
BÉLGICA	101.653	103.380	1.727	1.70%
FRANCIA	60.487	98.940	38.453	63.57%
SUIZA	101.806	97.992	-3.814	-3.75%
POLONIA	52.350	62.972	10.622	20.29%
MARRUECOS	49.561	61.295	11.734	23.68%
PORTUGAL	65.101	57.706	-7.395	-11.36%
AUSTRIA	35.490	44.578	9.088	25.61%
MAURITANIA	22.732	22.628	-104	-0.46%
OTROS PAÍSES	76.560	86.545	9.985	13.04%
TOTALES	3.612.358	3.692.377	80.019	2.22%

Fuente: AENA.

MAPA DE VUELOS

FUENTE: Mahrian/SPG/C/Compañías aéreas.



BILBAO	CANARIAS	BARCELONA	VALENCIA	SEVILLA	MADRID	MÁLAGA	ALICANTE	VALENCIA	BARCELONA	VALENCIA	SEVILLA	MADRID	MÁLAGA	ALICANTE
IBERIA	IBERIA	IBERIA	IBERIA	IBERIA	IBERIA	IBERIA	IBERIA	IBERIA	IBERIA	IBERIA	IBERIA	IBERIA	IBERIA	IBERIA

RANKING DE LÍNEAS AÉREAS EN GRAN CANARIA, POR PASAJEROS 2023

LLAA	2019	2022	2023	Var. Total 19-23	Var.19-23 (%)
BINTER CANARIAS	1.208.860	1.367.842	1.539.162	330.302	27,32%
RYANAIR GROUP	747.739	690.517	778.709	30.970	4,14%
VUELING AIRLINES, S.A.	521.537	658.012	725.266	203.729	39,06%
TUI GROUP	769.563	595.847	622.623	-146.940	-19,09%
GRUPO IBERIA	451.588	427.588	490.379	38.791	8,59%
JET2.COM LIMITED	261.027	302.714	339.038	78.011	29,89%
LUFTHANSA GROUP	234.509	227.306	275.731	41.222	17,58%
CONDOR	213.930	187.221	233.351	19.421	9,08%
SUNCLASS	195.593	196.824	228.948	33.355	17,05%
AIR EUROPA	369.760	180.127	218.759	-151.001	-40,84%
EASYJET	102.899	175.580	187.798	84.899	82,51%
CANARY FLY, S.L.	186.731	131.666	168.036	-18.695	-10,01%
NORWEGIAN AIR SHUTTLE	469.256	121.239	148.297	-320.959	-68,40%

Fuente: AENA.

RANKING DE AEROPUERTOS DE ORIGEN CON DESTINO GRAN CANARIA 2023

AEROPUERTO	2019	2022	2023	Var. total	Var. (%)
MADRID-BARAJAS ADOLFO SUÁREZ	819.498	709.344	797.667	-21.831	-2,66%
TENERIFE NORTE-C. LA LAGUNA	500.586	394.917	451.655	-48.931	-9,77%
LANZAROTE CÉSAR MANRIQUE	402.349	373.370	405.532	3.183	0,79%
FUERTEVENTURA	332.576	296.600	323.521	-9.055	-2,72%
BARCELONA-EL PRAT J.T.	257.775	233.836	253.226	-4.549	-1,76%
DUSSELDORF	187.504	152.011	175.891	-11.613	-6,19%
AMSTERDAM/SCHIPHOL	146.912	182.862	172.019	25.107	17,09%
MANCHESTER /INTERNACIONAL	141.258	147.291	155.695	14.437	10,22%
FRANKFURT/INTERNACIONAL	121.038	129.919	151.306	30.268	25,01%
OSLO / GARDERMOEN	160.870	125.503	148.977	-11.893	-7,39%
LONDRES/GATWICK	129.381	115.483	141.995	12.614	9,75%
SEVILLA	120.031	128.893	138.266	18.235	15,19%

Fuente: AENA.

HITOS CONECTIVIDAD AÉREA

NUEVAS CONEXIONES

Apertura base
airBaltic

Nueva ruta Granada
con Binter

Nueva ruta Nápoles
con EasyJet



Apertura ruta Nápoles con Easyjet
y Press Trip paralelo





Apertura de la base de airBaltic en Gran Canaria



Acción gastronómica con Iberia Express en Madrid



Colaboración con más de 10 compañías aéreas en 2023



Presentación con Binter de la nueva conexión con el aeródromo Federico García Lorca Granada-Jaén



Designación de Gran Canaria como sede de la III Jornada de Conectividad Aérea Turespaña-AENA (celebrada en 2024)

14

PRINCIPALES ACCIONES DEL AÑO

Primer Trimestre



Presentación del Mercado Nacional



Vakantiebeurs, Países Bajos



Travel Xpo, Noruega



Noche del Agente de Viajes de Hosteltur



Fitur



Feria Matka, Finlandia

Primer Trimestre



Visita hoteles boutique de Be Cordial Hotels & Resorts en Vegueta y Triana



Feria Holiday World Show Dublin, Irlanda



Destination Gala Gran Canaria Convention Bureau Presentación Roma con OET



Salon des Vacances, Bruselas



Balt Tour, Letonia



Tourest Tallin, Estonia

Primer Trimestre



Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria



BIT Milán



56 Temporada de Ópera de Las Palmas de Gran Canaria



FREE Múnich, Alemania



Feria Utazas, Hungría



Evento TTG Luxury Awards, Londres

Primer Trimestre



Ferie For Alle,
Dinamarca



Firma del hermanamiento entre
la Toscana y Gran Canaria



Presentación del
mercado alemán



BTL
Lisboa



Salón Internacional
de Turismo en Nantes



ITB de Berlín,
Alemania

Primer Trimestre



Carnaval Internacional de Maspalomas



CEAV Pro Tour en Gran Canaria



Salón de digitalización empresarial de Canarias, DigiON



Salon Mondial du Tourisme, París



Jornada profesional del Ayuntamiento de Arucas



III Jornada de Destinos Nacionales para Agentes de Viaje de Hosteltur

Segundo Trimestre



Acción con Binter en Granada



Feria Bike Expo, Varsovia



Feria del Cicloturismo, Bolonia



Jornada de "Marketing y Turismo" en el Museo de Arte Contemporáneo de La Palma



IV Festival de Viajeros, Lublin



Roadshow Aviareps en Linz, Salzburgo, Graz e Innsbruck

Segundo Trimestre



Jornada de formación de Joao Mendes, Digital Nomads Association Portugal



Spain Sustainability Day, Londres



TTG Top50 TTAAs en Birmingham



Evento Binter 5 aniversario conectividad Vigo



Expo Maratón Riga



Expovacaciones, Bilbao

Segundo Trimestre



VELOBerlin



Jornadas Profesionales en Alicante, Murcia, Granada, Málaga y Sevilla



Formación de Minerva Pérez sobre transformación e innovación



Salón Aragonés del Turismo, Aratur, Zaragoza



Solférias, Madeira



Jornadas Profesionales en La Coruña, Oviedo, Santander, Bilbao y San Sebastián

Segundo Trimestre



Reunión con el turoperador americano One Travel Experts



Evento 30 Aniversario Turoperador Vilja, Oslo



Presentación de la actividad de la entidad a la Comisión de Turismo de la Cámara de Comercio



Stockholm Marathon



Big Northern Ireland Travel Trade Event, Belfast



Travel News Business Forum, Malmö

Segundo Trimestre



Evento TW Aspire Escape,
Yorkshire



Roadshow TSS,
Alemania



Presentación con Tui France
y Binter, Lille



Evento de verano con FTI Países Bajos
en la playa de Scheveningen, La Haya



Edición del Festival Internacional Canarias
Jazz & Más

Tercer Trimestre



Aito Summer Soire,
Londres



TW Agents Achievement Awards, Londres



Global Bird Fair,
Reino Unido



XVI edición del International
Trumpet Festival



Gran Canaria
Sax Festival



Festival Globaltica,
Gdynia

Tercer Trimestre



Polboat Yachting Festival,
Gdynia



Summersmash 2023,
Tylösand



Nuevo Consejo Rector de Turismo
de Gran Canaria



Feria de Turismo de Xian,
China



Firma del acuerdo con Norwich
City FC y UD Las Palmas



Formación impartida por Laura Suárez,
de la agencia Klawter

Tercer Trimestre



Museumsuferfest Frankfurt
- Spanien am Main



Falsterbo Bird Show,
Suecia



Programa Planes Cuatro
de Mediaset España



Evento TW Aspire Escape,
Escocia



Reunión con el director de
la Vuelta Ciclista a España



Festibike,
Madrid

Tercer Trimestre



Shalom Spain y Jornadas Comerciales en Israel



Site inspeccion hermanamiento con la Toscana



Masdanza



Foro de Economía Global de Turismo en Macao, China



World Tourism Event de la UNESCO, Turín



Congreso TSS 30 Aniversario, Alemania

Tercer Trimestre



Celebración del Día Mundial del Turismo en Valleseco



Kamille Weekend, Noruega



Presentación de los mercados Benelux, Francia, Suiza francófona, Países Nórdicos y Bálticos

Cuarto Trimestre



CEAV Pro Tour
Valladolid



Festival Big Bang
Vintage



Visita Directoras del Centro de
la Cultura China



Acciones en Tiflis,
Batumi y Kutaisi, Georgia



Presentación de la programación
de invierno de Ryanair



TTG Travel Experience,
Rímini

Cuarto Trimestre



Winter Event de
FTI Holanda



Deluxe Travel Market
Costa Brava



Presentación mercados
Reino Unido y Polonia



Workshop Travel News Market,
Estocolmo



International Travel Show
de Nueva York



Tour Salon,
Poznan

Cuarto Trimestre



Travel Bulletin Star Awards, Londres



AITO Meet The Media y Travel Writer of the Year



Workshop del turoperador Nekera, Varsovia



Visita del nuevo embajador de China en España



Gala British Guild de Travel Writers Awards, Londres



WTM Londres

Cuarto Trimestre



Roadshow Alltours
Düsseldorf



Encuentro RFEF candidatura
Mundial de Fútbol 2030



Photo & Adventure,
Vösendorf



Evento NatGeo
Nueva York



Spain Reloaded 2023 en
Ginebra, Basilea y Zürich



INTUR,
Valladolid

Cuarto Trimestre



I Encuentro de Cámaras de Comercio de España y de África Occidental



Campaña con FTI Alemania en estaciones de tren, Colonia



Belén de Arena de Las Canteras



Acción de promoción en Nueva York



Acción de promoción en Miami

15



**FAM, PRESS,
BLOG E
INFLUENCERS
TRIPS**

Primer Trimestre



Fam Trip Vilja, Noruega. **Influencer Trip** Bartosz Heliski, Polonia. **Press Trip** Ópera Aida. **Fam Trip** FTI Holanda, Benelux. **Influencer Trip** Patricia Coscai de Calatoria Perfecta, Rumanía.

Primer Trimestre



Press Trip Robin McKelvie, Reino Unido. **Fam Trip** The Travel Academy, Reino Unido. **Influencer Trip** carrera Pilancones Tunte Trail. **Blogger Trip** khl-lifestyle, Alemania. **Fam Trip** de yoga del T.O. Grönlandsresor, Suecia.

Primer Trimestre



Press Trip Maeva Destombes, Francia. **Press Trip** Viajar y El Periódico.com. **Site trip** Región Toscana, Italia. **Press Trip** Ruth Wright, Euronews, Reino Unido.

Segundo Trimestre



Fam Trip Thalasso, Francia. **Fam Trip** EE.UU y Canadá. **Fam Trip** OET de Dublin, Irlanda.

Segundo Trimestre



Fam Trip Jet2 & Midcounties. **Press Trip** Maspalomas Pride. **Minube Trip**. **Macro promocional** Travelplan.

Segundo Trimestre



Press Trip EE.UU. y Canadá. **Press Trip** Rupert Parker, Reino Unido. **Press Trip** OET de Dublin. **Press Trip** Ross Clarke, Times Travel, JRNY magazine y weather2travel.

Tercer Trimestre



Press Trip del canal de televisión filipino Metro Channel. **Acción** National Geographic-Turespaña para la serie «Legends of Spain». **Fam Trip** Four Beyond en colaboración con Seaside Hotels. **Influencers Trip** Traverse & OET Londres.

Tercer Trimestre



Press Trip EE. UU. **Fam Trip** Gran Canaria Golf. **Fam Trip** Rumanía. **Press Trip** Siyi Chu, The World of Chinese Magazine, China.

Tercer Trimestre



Press Trip Revista Mordoru. **Press Trip** OET Berlín-Ruta del Vino. **Fam y Press Trip** combinado del mercado israelí. **Rodaje TV-TVN** Buenos Días, Polonia.

Cuarto Trimestre



Fam Trip Willy Scharnow Stiftung, Alemania. **Blogger Trip** Claudia Scheffler-Perrone, Nonsoloamore, Alemania. **Fam Trip** airBaltic, Lituania. **Fam Trip** del Consejero de Turismo en Polonia.

Cuarto Trimestre



Press Trip Gran Canaria Bike Week, Italia. **Press Trip** LGBT+ en el Winter Pride Maspalomas, Italia. **Pres Trip** Regata ARC.

Cuarto Trimestre



Fam Trip airBaltic, Estonia. **Press Trip** viaje inaugural vuelo Easyjet Nápoles - Gran Canaria. **Visita** de KOLs de China con la OET de Pequín. **Press Trip** turoperador Corendon, Bélgica. **Visita** delegación de profesionales de China.

16



BRANDING

16.1

ESTANDS Y PUNTOS DE INFORMACIÓN

16.1 ESTANDS Y PUNTOS DE INFORMACIÓN



BIT Milan



Ferie For Alle



Cerdeña

Descubre más de Gran Canaria
 Discover more about Gran Canaria

DESCUBRE ESP DESCUBRE ING

GUÍA DE OCIO ESP GUÍA DE OCIO ING

MAPA ESP MAPA ING

IMM Reino Unido

Lyon

www.grancanaria.com

Transgrancanaria

www.grancanaria.com

16.1 ESTANDS Y PUNTOS DE INFORMACIÓN



Roadshow Portugal



Wroclaw





Feria del Cicloturismo



16.1 ESTANDS Y PUNTOS DE INFORMACIÓN

Arreglo mupis

Cruz de Tejeda y Pozo de Las Nieves



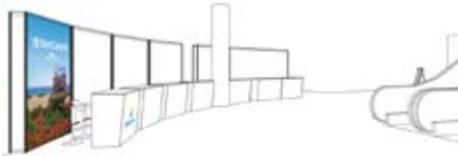
Arantur



Expovacaciones



OET Polonia



Carteles publicitarios en estands promocionales



Frankfurt



16.1 ESTANDS Y PUNTOS DE INFORMACIÓN

Intervención Oficina Turismo Playa del Inglés



Sala del Centro Insular de Turismo

Mostrador publicitario



Estand Birdwatching



Estand Festibike, Madrid



Estand TT Warsaw



Panel Feria Nueva York



16.2

NUEVO MATERIAL PROMOCIONAL Y MERCHANDISING

16.2 NUEVO MATERIAL PROMOCIONAL Y MERCHANDISING

Regalo promocional ITB Berlín 2023



Pegatinas de Gran Canaria



Dosier de Prensa



Tarjetón promocional China



Pegatinas Taste of Dublin



Regalos para Agentes de Viajes



Nueva Guía de Ocio



Cuadríplico Birdfair



Regalo promoción Feria Nueva York



Bolsas de regalo



16.3

PATROCINIOS

16.3 PATROCINIOS

Unión Deportiva Las Palmas

Equipaciones de la UD Las Palmas



Presencia de la marca Gran Canaria en soportes exteriores



Guagua desplazamientos en la Península



Redes Sociales de la UD Las Palmas



Norwich City Football Club

Equipación del Norwich City Football Club



Equipación del Norwich City Football Club

Visita del Norwich City por el Día Mundial del Café



Presencia de la marca Gran Canaria



16.3 PATROCINIOS

Club Baloncesto Gran Canaria

Equipación



Publicidad exterior

Photocall



Páginas completas

Logo en revistas



Redes sociales



Logo en web



Página web



Patrocinio en partidos de la EuroCup



16.3 PATROCINIOS

Club Voleibol Guaguas

Champions League



Superliga masculina de voleibol



Publicidad en el Centro Insular de Deportes



Equipación competición europea



Equipación competición nacional



Photocalls y backdrops



Publicaciones en redes sociales

Videos de los jugadores



16.4

ACCIONES PROMOCIONALES

16.3 ACCIONES PROMOCIONALES

Proyecto fotográfico Gran Canaria Una Mirada Diferente



Campaña serie Fantasy Island en AXN y AXN White



Campaña EITiempo.es



Premios Más Mujer Isla de Cuento



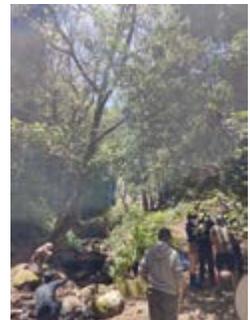
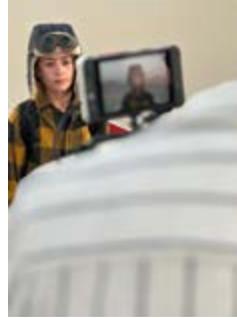
Colaboración con Binter



Proyecto
Fotografía Nocturna



Rodaje del vídeo
El Poder de un Recuerdo



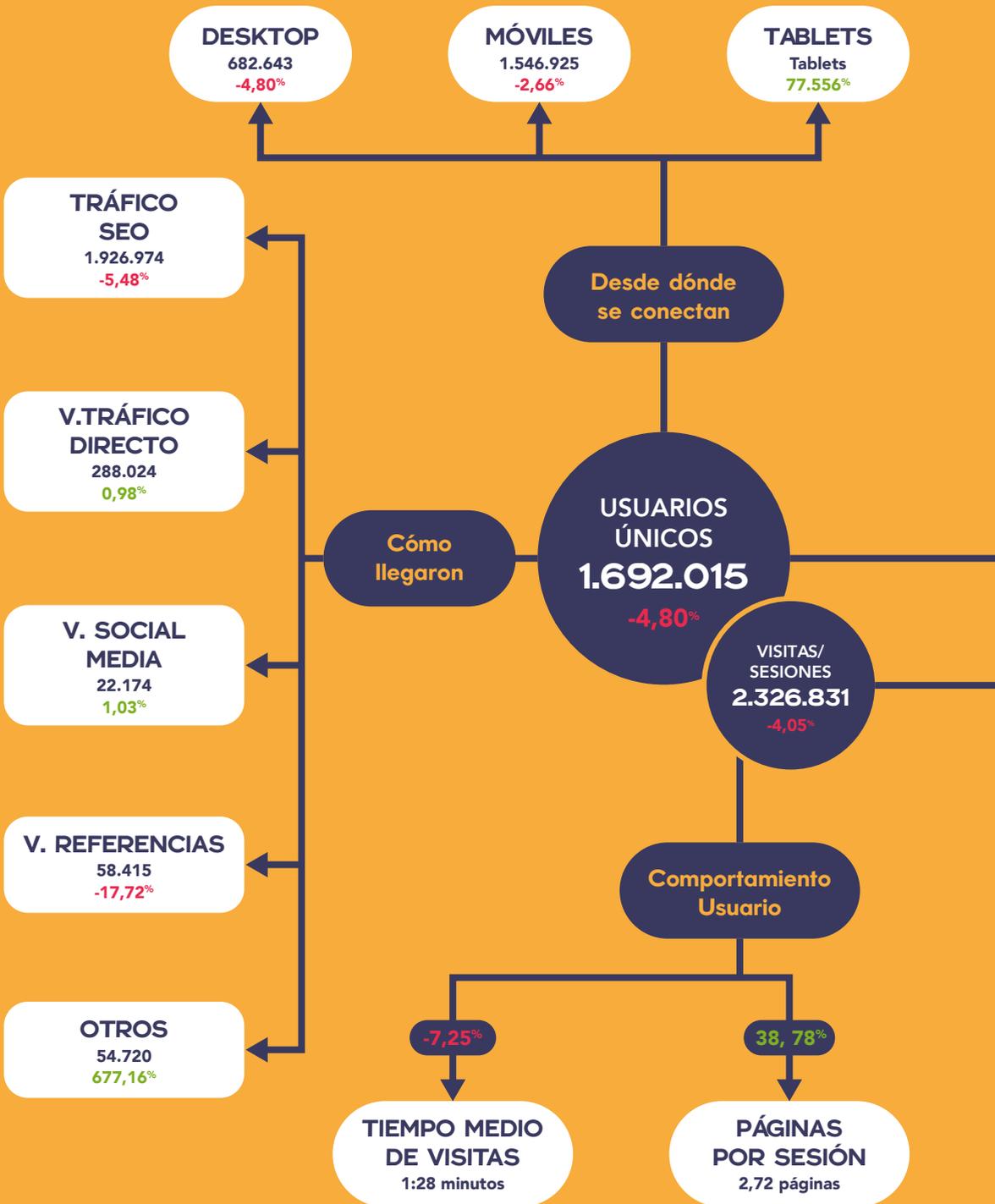
Aplicación Teror El Pino



17

COMUNICACIÓN DIGITAL

17.1 DATOS TRÁFICO



Sección idiomática	Usuarios	Visitas	Pág. Vistas
ESPAÑOL	539.315	707.025	1.299.381
INGLÉS	349.934	421.890	872.794
ALEMÁN	265.527	351.142	765.633
HOLANDÉS	98.316	123.597	277.901
ITALIANO	80.373	105.603	236.783
SUECO	89.930	116.852	224.625
FRANCÉS	77.726	104.368	263.001
POLACO	62.315	86.007	162.974
PORTUGUÉS	13.591	16.439	32.746
RUSO	8.297	10.584	20.326

Datos por áreas idiomáticas

Páginas vistas
4.603.878
-3,13%

Páginas más vistas dentro de grancanaria.com

1	/turismo/es/agenda/agenda/
2	/turismo/
3	/turismo/en/
4	/turismo/de/
5	/turismo/es/10-lugares-que-no-te-puedes-perder/
6	/turismo/proudly-gran-canaria/stories/lugares-que-recomendamos-no-perderte-proudly-gran-canaria/
7	/turismo/de/sehenswuerdigkeiten-auf-gran-canaria/
8	/turismo/index.php
9	/turismo/es/10-razones-para-volver-a-gran-canaria/
10	/turismo/en/10-highlights-not-to-be-missed/

Periodo comprendido entre 1 Ene. 2023 a 31 Dic. 2023

KPIS Y ALGUNAS MÉTRICAS

DATOS GENERALES	2023	2022
Visitas	2.326.831	2.425.042
Visitantes únicos	1.692.015	1.777.409
Número de páginas vistas	4.603.878	4.752.781
REDES SOCIALES	2023	2022
Seguidores en Facebook	181.000	173.000
Seguidores en X Español (Antiguo Twitter)	56.800	56.600
Seguidores en X Inglés (Antiguo Twitter)	7.954	7.795
Seguidores en Instagram	105.000	85.000
Seguidores en Youtube	6.935	6.150
Visualizaciones de vídeos en Youtube	4.735.008	3.400.833
DATOS RELACIONADOS CON VISITAS	2023	2022
Visitas	2.326.831	2.425.042
Visitas procedentes de SEO	1926.974	2.038.796
Visitas de tráfico directo	288.024	285.216
Visitas de referencia	58.415	70.997
Visitas de Tráfico Social	22.403	22.174
Visitas de otro tipo de tráfico	54.720	7.041
Displays	4	454
Emails	33	357

Cambio	% Cambio	Objetivo	Conseguido	Por conseguir
▼	-4,05%	4.000.000	58%	-42%
▼	-4,80%	3.000.000	56%	-44%
▼	-3,13%	6.000.000	77%	-23%
Cambio	% Cambio	Objetivo	Conseguido	Por conseguir
▲	4,62%	200.000	91%	-10%
▲	0,35%	70.000	81%	-19%
▲	2,04%	15.000	53%	-47%
▲	23,53%	200.000	53%	-48%
▲	12,76%	10.000	69%	-31%
▲	39,23%	6.000.000	79%	-21%
Cambio	% Cambio	Objetivo	Conseguido	Por conseguir
▼	-4,05%	4.000.000	58%	-42%
▼	-5,48%	2.900.000	66%	-34%
▲	0,98%	600.000	48%	-52%
▼	-17,72%	395.000	15%	-85%
▲	1,03%	60.000	37%	-63%
▲	677,16%	90.000	61%	-39%
▲	99,12%	90.001	0%	-100%
▼	-90,76%	90.002	0%	-100%

PRINCIPALES PAÍSES DE PROCEDENCIA VISITAS	2023	2022
Visitas desde España	1.098.328	1.032.602
Visitas desde Reino Unido	229.664	279.417
Visitas desde Alemania	261.227	255.399
Visitas desde Holanda	89.791	146.890
Visitas desde Suecia	110.557	131.600
Visitas desde Italia	97.488	129.680
Visitas desde Francia	79.693	81.472
Visitas desde Polonia	68.172	58.522
Visitas desde Bélgica	46.067	53.036
Visitas desde Suiza	35.631	39.675
VISITAS SECCIONES IDIOMÁTICAS Y OTRAS	2023	2022
Versión Española	707.025	640.792
Versión Inglés	421.890	538.592
Versión Alemán	351.142	349.543
Versión Holandés	123.597	204.285
Versión Sueco	116.852	147.541
Versión Italiano	105.603	145.598
Versión Francés	104.368	113.309
Versión Polaco	86.007	81.580
Versión Portugués	16.439	12.852
Versión Ruso	10.584	8.118
Blog (Español / Inglés / Alemán)	151.288	149.813
Área Profesional (Datos también dentro versión española)	73.651	86.848

Cambio	% Cambio	Objetivo	Conseguido	Por Conseguir
▲	6,37%	2.000.000	55%	-45%
▼	-17,81%	500.000	46%	-54%
▲	2,28%	500.000	52%	-48%
▼	-38,87%	250.000	36%	-64%
▼	-15,99%	250.000	44%	-56%
▼	-24,82%	200.000	49%	-51%
▼	-2,18%	100.000	80%	-20%
▲	16,49%	75.000	91%	-9%
▼	-13,14%	75.000	61%	-39%
▼	-10,19%	75.000	48%	-52%
Cambio	% Cambio	Objetivo	Conseguido	Por Conseguir
▲	10,34%	1.000.000	71%	-29%
▼	-21,67%	800.000	53%	-47%
▲	0,46%	500.000	70%	-30%
▼	-39,50%	300.000	41%	-59%
▼	-20,80%	175.001	67%	-33%
▼	-27,47%	200.000	53%	-47%
▼	-7,89%	200.000	52%	-48%
▲	5,43%	100.000	86%	-14%
▲	27,91%	75.000	22%	-78%
▲	30,38%	75.000	14%	-86%
▲	0,98%	350.000	43%	-57%
▼	-15,20%	132.000	56%	-44%

17.1 DATOS TRÁFICO

GESTIÓN DE SOPORTES DIGITALES DE LA MARCA

La Unidad de Comunicación Digital es el área a cargo de la gestión de nuestros soportes digitales. Creada para esa especialización, su equipo de trabajo produce contenido para medios propios, buscando aprovechar el medio digital para llevar valor al conjunto del branding de Gran Canaria. Su campo específico es la comunicación turística en Internet, pero buscando entender la rueda de cambio generada por la tecnología, la variabilidad de los ecosistemas digitales.

La creación de la Unidad nacía de la fuerte apuesta de la entidad por el impulso de su marca turística en un contexto nuevo, en un ámbito digital que se valora como un espacio de oportunidad, por su ubicuidad, por facilitar la creatividad y por simplificar el control de resultados. En base a esa idea de cambio, la Unidad de Comunicación Digital se orienta también a la inversión en nuevos formatos y lenguajes de comunicación, siempre bajo el paraguas de la marca.

UNA WEB DE DESTINO: EL PORTAL DEL TURISTA

La mayor encomienda del área es la gestión diaria de la Web Oficial del Destino. Eso incluye la función de desarrollo, gestión y producción de contenidos, así como la batería de tareas de back office asociadas. La web turística desarrollada por la Unidad, tras un histórico de 22 años, cuenta ya con +50.000 referencias de contenido, en nueve versiones idiomáticas.

El trabajo se extiende a las comunidades digitales en Social Media, junto a proyectos paralelos, que amplían cobertura en públicos externos e internos. En sites de actualización rápida como el 'Blog Turístico de Gran Canaria', en proyectos de comunidad como 'Nuestro Gran Destino', o en servicios enfocados al sector, como la 'Newsletter Profesional' de Turismo de Gran Canaria.

SOPORTE DIGITAL

Junto a lo anterior, la Unidad de Comunicación Digital cumple la función añadida de respaldar proyectos web y activaciones de comarketing digital impulsadas por otras Unidades del organismo de promoción insular, así como dar respaldo a soportes de gestión administrativa o comunicación corporativa.

Objetivos de la Unidad:

- **Hacer crecer los soportes digitales de marca.**
- **Desarrollar contenido distintivo, fidedigno, adaptado a los nuevos usos del consumidor.**
- **Fortalecer la actualización continua de la Web del Destino, eje de nuestra promoción digital.**
- **Activar nuestras comunidades en Social Media, canal directo y continuo con clientes y prospectos.**

17.2

SOCIAL MEDIA

Seguidores en Redes Sociales

181.000

SEGUIDORES FACEBOOK

+4,62%**56.600**

SEGUIDORES X ESPAÑOL

+0,35%**7.954**

SEGUIDORES X INGLÉS

+2,04%**105.000**

SEGUIDORES INSTAGRAM

+23,53%**6.935**

SEGUIDORES YOUTUBE

+12,76%**+39,23%**

VISUALIZACIONES YOUTUBE

17.2 SOCIAL MEDIA

Primer trimestre



Facebook



Instagram

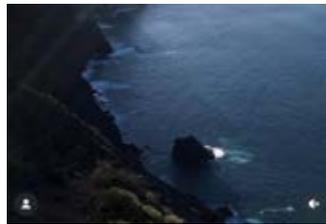


X

Segundo trimestre



Facebook



Instagram



X

Tercer trimestre



Facebook



Instagram



X

Cuarto trimestre



Facebook



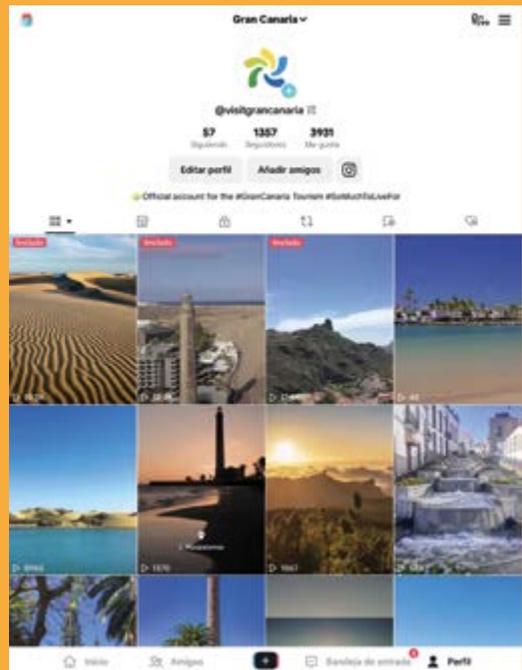
Instagram



X



NUEVO CANAL DE TIKTOK

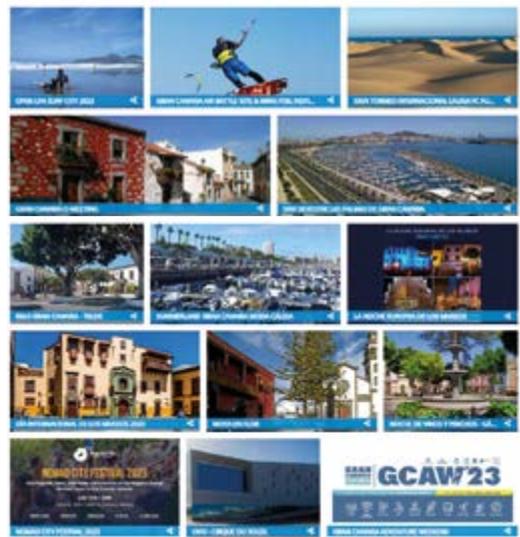


@visitgrancanaria

17.3 CONTENIDOS WEB



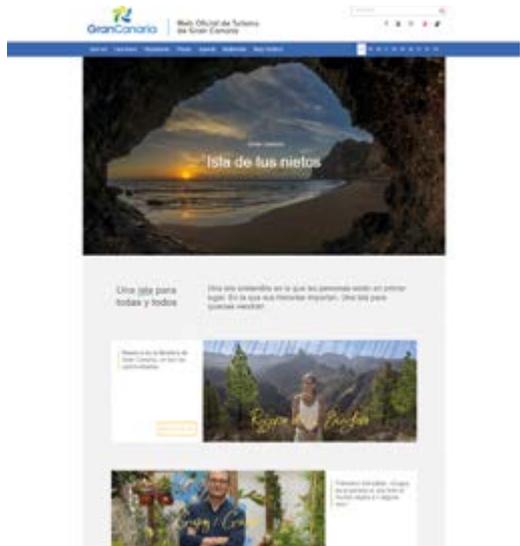
Actualización idiomática del minisite Proudly Gran Canaria



Agenda de Turismo de Gran Canaria



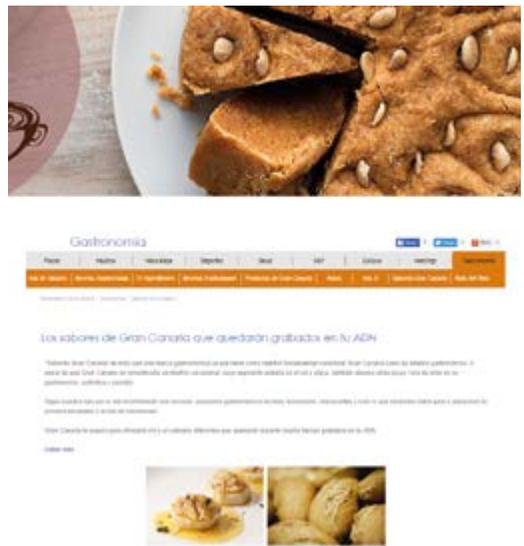
Ilustraciones en cabeceras del Portal Turístico



Actualización de contenido de marca en la web



Actualización de la sección Familias



Museos del Sabor, nuevo contenido en la sección de Gastronomía



Piezas display para promocionar contenido



Renovación de la header del Área Profesional de la web

17.4 BLOG TURÍSTICO



Belén de Arena de la
playa de Las Canteras



La vieja calma,
el nuevo Perchel



El cielo comienza en
Gran Canaria



El invierno prende la
vida en Gran Canaria



El sabor de Gran Canaria
está a tu alcance



Firgas, la villa del agua,
del gofío, los murales y
la música



La luz vive en el Risco de San Juan



La memoria de los árboles de Gran Canaria



Pasos en el silencio del Barranco del Álamo



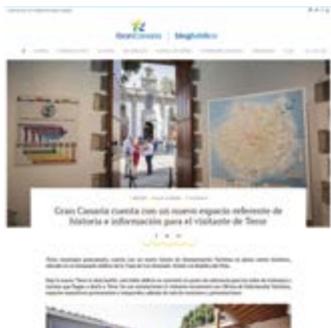
Pasos invisibles en Sardinia de Gáldar



Playa de Arinaga, el teatro marino



Rituales de oro y sal en Agaete



Gran Canaria cuenta con un nuevo espacio referente de historia e información en Teror



Ruta de Los Azulejos, el secreto de Gran Canaria que destapó el tiempo

17.5 NUESTRO GRAN DESTINO

TURISMO GRAN CANARIA
NOTICIAS DE GRAN CANARIA
NOTICIAS DESTINO

GranCanaria

Nuestro Gran Destino

INICIO
PROGRAMAS TURISTICOS
EMPRESAS
FORNIDOR
TELEMARKETING
TRAVEL



**HOTEL AGÁLDAR, REFUGIO DE TRANQUILIDAD
ENTRE SIGLOS DE HISTORIA**

19/11/2023

NUESTRO GRAN DESTINO

Este proyecto se centra en reconocer y promover a personas que hacen posible que Gran Canaria sea un gran destino. Profesionales de mil oficios que con su trabajo hacen posible que nuestra isla se mantenga siempre viva y dinámica como un destino singular y ambientalmente serio.

17.6 LABORES DE BACK OFFICE Y SOPORTE A OTRAS UNIDADES

ACTUALIZACIÓN CONTENIDO MULTIMEDIA

La Unidad de Comunicación Digital junto a la Unidad de Informática y Comunicaciones llevan a cabo tareas de actualización de los contenidos en vídeo y su adaptación a los soportes en varios espacios físicos de la marca turística Gran Canaria destinados a la comunicación con clientes en el destino.

Esas adaptaciones en vídeo, en pantallas de gran tamaño o en formatos convencionales, permiten mantener al día los mensajes de comunicación y promoción que distribuimos en las Oficinas de Información Turística.

Para dar mayor valor a los espacios de marca de Turismo de Gran Canaria se hace necesario esta renovación continua de piezas de comunicación digital, que difunden cambios en la oferta y que acompañan el trabajo de los Informadores Turísticos. Asimismo, forma parte de esta tarea el mantenimiento de los propios dispositivos, ya sean tabletas, gafas VR o pantallas LED de gran formato.

17.6 LABORES DE BACK OFFICE Y SOPORTE A OTRAS UNIDADES



Entre las tareas realizadas destacan:

Sede de Playa del Inglés

- Puesta marcha de equipos y carga de contenidos multimedia en dos pantallas de gran tamaño videowall
- Configuración y puesta en funcionamiento de cuatro tablets Android de 55" horizontal para la información turística
- Puesta en funcionamiento de dos gafas VR con vídeos e imágenes 360°
- Carga de juegos e imágenes en dos tablets de 24" para uso infantil

Sede Institucional de Triana

- Carga de nuevos vídeos en videowall y tótem interior y exterior

Oficina del Aeropuerto

- Actualización de equipo multimedia para pantalla videowall y carga de contenidos multimedia específicos para el videowall de la oficina de llegadas internacionales



SEO. ¿Qué se está haciendo?

En el ejercicio 2023 se trabaja en un proyecto amplio de actualización para la mejora del posicionamiento orgánico de los contenidos de promoción turística en la web grancanaria.com. Se da así continuidad a esta una función, pero reforzando la organización y contando con apoyo externo como guía en este proceso de optimización.

Esta labor mejora exponencialmente la indexación conforme se van editando las distintas secciones siguiendo las indicaciones de una consultora especializada. Durante el segundo trimestre del año se comenzó a trabajar el SEO de la sección 'Alojamientos' del Portal Turístico.

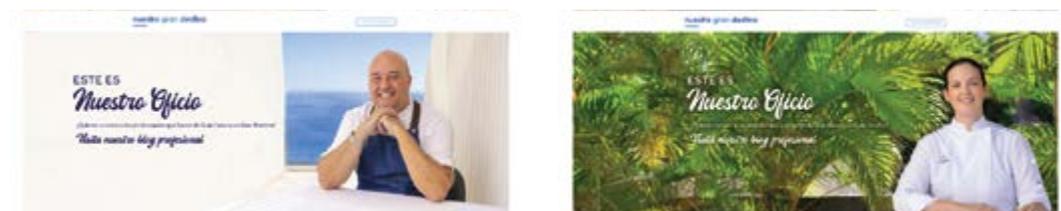
17.7 PUBLICIDAD DIGITAL

Campaña

Nuestro Oficio, dic. 2023



Piezas publicidad



Piezas en medios propios

17.8 PATROCINIOS

Animayo 2023



Imágenes del evento



Presencia en las redes sociales del Festival

17.8 PATROCINIOS

Nomad City Festival

La entidad volvía a impulsar en 2023 una nueva edición de "Gran Canaria Nomad City", evento de fuerte orientación digital, de ámbito internacional, celebrado en el mes de julio, con sede central en Agaete y sede secundaria en Las Palmas de Gran Canaria.

Se trata de un evento orientado a atraer empresas y talento, que publicita la oferta del destino entre profesionales interesados en conocer las mejores prácticas para el trabajo flexible y remoto.

'Gran Canaria Nomad City' ofrece valor como vehículo de comunicación para la marca turística, por afinidad, oportunidad, alcance y calidad de contenidos. Junto a la promoción obtenida mediante el patrocinio

del evento y el apoyo a su programa de actividades, a través de este acuerdo se lanzaron producciones conjuntas de piezas de comunicación para medios propios de Turismo de Gran Canaria, junto a la inserción de estos contenidos en soportes de la marca del encuentro. De esta forma se gana visibilidad en el espacio con mejor afinidad de marca para este tipo específico de cliente (teletrabajadores, grupos de incentivo, equipos deslocalizados y, en menor medida, nómadas digitales), seleccionados como público de interés en el Plan Estratégico de Turismo de Gran Canaria para el periodo 2021-2025, siendo un target que requiere vías de comunicación no convencionales.



Unconference

Nomad City Festival

NCF en medios de comunicación

XXVII Torneo Internacional LaLiga FC Futures



Torneo LaLiga Futures

LaLiga FC Futures 2023
en redes sociales

18

OVERBOOKING GRAN CANARIA



OVERBOOKING GRAN CANARIA SUMMIT

El 16 de noviembre de 2023, Overbooking Gran Canaria Summit reunió nuevamente en el Auditorio Alfredo Kraus de Las Palmas de Gran Canaria a destacados profesionales de la comunicación turística. La jornada se centró en esta ocasión en el análisis del **Marketing de la Triple C: Clima, Cultura Corporativa y Comunidad**, a través de ponentes de alto nivel que exploraron las múltiples facetas de este enfoque.

La sostenibilidad y el turismo responsable se han convertido en palancas esenciales en las estrategias de branding en la industria turística, mejorando la imagen de la marca y respondiendo a la creciente conciencia del consumidor sobre los impactos sociales y ambientales de sus elecciones. Los datos de 2022 sobre "Sostenibilidad del Turismo en Canarias" apuntaban que el 68% de los turistas estaría dispuesto a gastar más en el viaje para reducir su huella de carbono, esta cifra extraída del informe del Observatorio Turístico de Canarias acentúa la trascendencia actual de trasladar al cliente las virtudes y atributos del destino en cuestiones de sostenibilidad.

En esta edición de Overbooking Gran Canaria, a la que asistieron cerca de 500 profesionales del turismo, el Congreso reafirmó su posición como un destacado punto de encuentro para el networking, promoviendo la colaboración y el aprendizaje entre profesionales locales, empresarios, emprendedores y estudiantes del sector. Esta iniciativa impulsada por Turismo de Gran Canaria busca generar nuevas oportunidades y facilitar diálogos enriquecedores que impulsen el progreso y la innovación en el ámbito turístico.

La celebración de la undécima edición de este foro profesional refleja su consolidación como el gran evento de la comunicación y el marketing turístico en España. La jornada desarrollada en formato presencial estuvo enfocada en la comunicación eficaz de los esfuerzos de sostenibilidad de las empresas turísticas para generar un impacto positivo en la imagen y reputación corporativa. Las ponencias y debates profundizaron en las tres dimensiones clave de la sostenibilidad: el medio ambiente, la gobernanza y el impacto social, áreas que cada vez preocupan más a consumidores y turistas.



Los asistentes tuvieron la oportunidad de conocer a través de la participación de destacados expertos casos reales, las nuevas tendencias del mercado y cómo identificar los públicos más afines al cambio verde, así como cuáles son los compromisos que las marcas están asumiendo en su transición hacia modelos más sostenibles.

En el acto de apertura, Antonio Morales, presidente del Cabildo de Gran Canaria, destacó la importancia de construir "una identidad turística integral" y señaló que la sostenibilidad es clave para mantener a la isla como uno de los mejores destinos turísticos del mundo. Por su parte, Carlos Álamo, consejero de Turismo insular, señaló que "la sostenibilidad no es una moda pasajera" y que los turistas cada vez más exigen destinos con menor impacto ambiental.



Pablo Llinares, director gerente de Turismo de Gran Canaria, resaltó en este foro que el Marketing de la Triple C (Clima, Cultura Corporativa y Comunidad) es esencial para impulsar un cambio en la industria turística. Asimismo, advirtió que la transformación debe abordarse sin demora para no quedar fuera del mercado.

DESARROLLO DE OVERBOOKING GRAN CANARIA SUMMIT

La periodista Wendy Fuentes fue la encargada de conducir y moderar los debates de esta intensa jornada en la que se analizó la trascendencia de trasladar a la sociedad los esfuerzos de los operadores turísticos para cumplir con los criterios ESG,

por sus siglas en inglés Environmental, Social and Governance, que son los tres pilares de la sostenibilidad.

Ricardo Pérez, Guidance Domain Leader de Kantar, inició la jornada con su ponencia «Marcas españolas más valiosas: Cómo la sostenibilidad les ayuda a ser aún más fuertes». Durante su exposición aseguró que “para el sector turístico es fundamental invertir en marca”, destacando que la sostenibilidad forma parte de “un círculo virtuoso que aporta valor y la fortalece”, mientras mostraba casos exitosos de diversas organizaciones.

El debate que se produjo entre Miguel Carrasco, director de Desarrollo de Negocio de TUR4all, y Juan Manuel Martínez, Managing Director de Green & Human, se centró en cómo transformar retos sociales en oportunidades de negocio, poniendo el foco en la necesidad de mejorar la accesibilidad en el turismo.

El representante de TUR4all hizo hincapié en que “es de vital importancia informar y formar en la sostenibilidad social de nuestro modelo de turismo”.

Por su parte, desde Green & Human, consorcio de empresas sin ánimo de lucro creado con el objetivo de contribuir al desarrollo sostenible de los destinos turísticos, también dedicada a comunicar y visibilizar los logros que las empresas en términos de sostenibilidad, se subrayó que “rentabilidad y sostenibilidad hacen un tándem perfecto, porque esta última es una palanca de negocio que ayuda a la diferenciación”.

Félix Muñoz, consultor y profesor de Marketing y Comunicación y exdirector de Marketing de Coca-Cola España, compartió en este evento su experiencia profesional y abordó los desafíos y beneficios de integrar criterios ESG en las estrategias de marketing de las empresas, destacando la importancia de equilibrar la sostenibilidad ambiental y social con las experiencias de negocio, sin perder de vista que hoy “el consumidor es potente e imprevisible”.

Tras iniciar su ponencia afirmando que para él “el marketing es una cultura”, al hablar sobre «Los pros y contras de integrar los criterios ESG al marketing de una compañía», puso de relieve la importancia de combinar la sostenibilidad medioambiental y social sin desatender las experiencias en los negocios porque “funcionan como la correa transmisora”.

Después de un espacio para el networking, llegaba la participación de Verónica Zumalacárregui, periodista y presentadora de televisión, especialista en viajes gastronómicos. Según su opinión “hay que sostener la comunidad y la cultura invitando al turista a integrarse y vivir la experiencia de nuestra mano”. La productora del exitoso programa de viajes



culinarios «Me voy a comer el mundo», abogó por invitar al turista a integrarse en la comunidad local para vivir una experiencia auténtica. Su ponencia se basó en ofrecer su experiencia visitando más de 70 países de todo el mundo, poniendo el foco en la necesidad de diferenciación, de “no intentar parecernos a los demás”.



Seguidamente comenzó la mesa de debate «Hacia una industria del viaje más sostenible: Red de innovación social Travel4Impact», en la que participaron Hissora Linsse y Raquel Traba, cofundadoras de We Go Wild Travel, junto a Iban Jaén, director de Posada del Agua. Moderados por David Vidal Cabaleiro, Director of Customer Success Management en Amadeus, compartieron sus experiencias, resultados y las nuevas metodologías que han implementado en sus negocios tras su participación en esta iniciativa desarrollada por IE Business School y Amadeus.

Travel4Impact es un programa que tiene como objetivo servir de apoyo y crear una red global de innovación para pequeñas y medianas empresas en el sector turístico y los viajes sostenibles, ayudándolas a prosperar y a aumentar su impacto positivo.

Linsse y Traba subrayaron que su participación en esta iniciativa supuso un gran avance para su empresa, permitiéndoles establecer una red de contactos que “no hubiera sido posible fuera de este proyecto”. Por su parte, Jaén, destacó que la formación técnica proporcionada por IE Business School fue “espectacular, con profesionales del marketing y la comunicación”. Durante sus intervenciones todos coincidieron en la importancia de crear entornos sostenibles tanto a nivel social como medioambiental.

A continuación, Ignacio Barriendos, fundador y CEO de DoGood, expuso la importancia de “generar impacto comenzando por tus trabajadores”. Subrayó que el talento es el motor de cualquier estrategia empresarial al afirmar que “es imposible implementar cualquier plan si no cuentas con el talento necesario en tu empresa”.



En su intervención, sostuvo que la sostenibilidad no solo abarca el cuidado del medioambiente, sino que también se extiende al ámbito de los recursos humanos, donde “se está gestando un nuevo paradigma” al valorarse aspectos que antes se pasaban por alto. El experto argumentó que una cultura empresarial que priorice el desarrollo y bienestar de sus empleados es esencial para fomentar una organización verdaderamente sostenible, capaz de generar un impacto positivo tanto internamente como en su entorno.



Didier Lagae, fundador y CEO de la agencia de comunicación Marco, experto en gestión de la reputación y la construcción de marcas, y plenamente comprometido en contribuir a la lucha contra el cambio climático, propuso en su intervención usar la creatividad para conseguir resultados y concienciar sobre la emergencia climática. Afirmó que “si no paramos el calentamiento global no habrá futuro para nadie” e indicó que las marcas líderes son en sí mismas agentes de cambio. En su ponencia titulada «Publicidad sobre sostenibilidad. Peligro de Greenwashing», alertó de que “no todo vale”, y explicó que la utilización engañosa de la sostenibilidad como estrategia de comunicación por las organizaciones es una práctica muy poco positiva “cuando pretenden ser más verdes de lo que son y hacen un discurso sostenible que no se relaciona con la realidad”.

Junto a estos ponentes de lujo y enriquecedores debates, como novedad en OVB23, se organizó una Exposición Comercial en la que participaron ocho organizaciones públicas y privadas, en cuyos stands dieron a conocer sus actividades y acciones directamente relacionadas con la protección del territorio de Gran Canaria o en su desarrollo turístico.

El programa de esta edición ha evidenciado como la sostenibilidad es crucial en la agenda de la industria de la hospitalidad y cómo el turismo tiene un importante papel en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), siendo igualmente importante saber trasladar las acciones que realiza el sector para alcanzar estas metas.



Un año más, el encuentro anual sobre marketing turístico **Overbooking Gran Canaria Summit** fue un éxito de participación y organización, que implicó el esfuerzo de todo el equipo humano de Turismo de Gran Canaria y sus colaboradores.



19

PROYECTO EURO-EMOTUR



euro-emotur



Co-funded by EISMEA - CINEVE
programme of the European Union
under grant agreement 1010330711

PROYECTO EURO-EMOTUR

A mediados de 2023, Turismo de Gran Canaria se sumó como socio principal al proyecto EURO-EMOTUR, iniciativa europea que lidera el Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (TIDES) de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC), del que forman parte socios punteros en el sector turístico, tecnológico y expertos en neuromarketing.



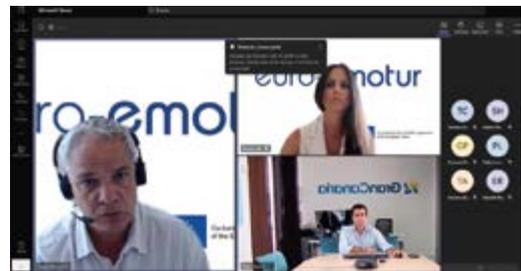
Se trata de una iniciativa cofinanciada por el programa COSME de la Unión Europea donde participan seis socios de cinco países. La entidad apoya este proyecto concebido a raíz de la crisis sanitaria con el objetivo de reconstruir el ecosistema turístico, destinando recursos que darán soporte a cien pymes europeas para avanzar en la transición digital del sector, y que beneficiará potencialmente a cerca de 4.000 empresas. Esta iniciativa está alineada con el Plan Estratégico de Turismo de Gran Canaria 2021-2025, que tiene entre sus claves la digitalización aplicada al sector turístico y la mejora continua de las empresas del sector en la isla.



El programa «The journey towards digitalization. Thinking digital tourism through neuromarketing and emotions» tiene el propósito de desarrollar una nueva forma de pensar para que las pymes dispongan de herramientas que les permitan desenvolverse en el ecosistema digital, mejorando y reciclando sus competencias. Aporta soluciones innovadoras mediante asociaciones público-privadas que las conecten con los proveedores de tecnología, los laboratorios de turismo y promueve la cooperación entre las regiones turísticas europeas. Es también su objetivo aumentar las competencias de los profesionales turísticos para mejorar la comercialización de los servicios y productos turísticos por medio de la utilización de técnicas de neuromarketing, con el foco puesto en mejorar la experiencia del turista.

Entre los días 22 y 24 de marzo la isla acogió la reunión del Consorcio de esta iniciativa, en cuya jornada técnica participó la entidad insular, además de contar con la asistencia de representantes del resto de partners del proyecto, como son: Ciset, Haaga-Helia, ETOA y NECSTouR.

Desde ese momento, Turismo de Gran Canaria se convierte en parte activa del proyecto, poniendo en marcha un conjunto de acciones relacionadas con el epígrafe “Comunicación, difusión e informes sobre la mejora en la adopción de la digitalización por parte de las PYME”. El 18 de julio, el director gerente del organismo autónomo, Pablo Llinares, participó en la presentación de estas ayudas a las pymes canarias, destacando que esta asociación permite a la institución seguir acompañando a las empresas en su proceso de digitalización y de mejora continua a través de la innovación.





Además de apoyar al proyecto en su difusión, Turismo de Gran Canaria realizó durante el ejercicio diversas actividades en el marco de EURO-EMOTUR. Entre ellas cabe destacar su participación en la Euro-Emotur Week, celebrada en Finlandia entre el 16 y el 19 de octubre, donde la entidad presentó la actividad que desarrolla la institución. Un encuentro organizado en Helsinki en el que expertos y socios del proyecto formaron parte de sesiones de networking entre profesionales, investigadores y pymes turísticas.



20

NOTICIAS PROFESIONALES

Primer Trimestre



11 ene.

El programa Miradas Viajeras Magazine ofrece un reportaje en el que dan a conocer la Ruta del Vino de Gran Canaria



11 ene.

Turismo de Gran Canaria presenta al sector las claves del mercado nacional con la perspectiva de un 2023 igual o mejor a 2019



12 ene.

Gran Canaria incrementa su promoción para atraer turistas de Polonia



13 ene.

Turismo de Gran Canaria acude a la feria de turismo y ocio Vakantiebeurs celebrada en Utrecht

Primer Trimestre



2 feb.

Gran Canaria, protagonista en la gala de la apertura del año organizada por el medio profesional polaco Wasza Turystyk



3 feb.

Gran Canaria muestra su oferta turística en la principal feria de Irlanda



3 feb.

Carlos Álamo recibe a un grupo de cicloturistas italianos, formado por unos 80 deportistas aficionados y 150 turistas



3 feb.

Turismo de Gran Canaria aborda el Turismo Regenerativo como un paso adelante en el concepto de sostenibilidad en el marco del primer Foro Internacional Ecoislas

Primer Trimestre



15 mar.

Empresas y organizaciones turísticas de Gran Canaria conocen la plataforma Biosphere Sustainable para crear sus propios planes de sostenibilidad gratuitamente



16 mar.

Turismo de Gran Canaria participa en el Salón de Digitalización Empresarial, DigiON Canarias



16 mar.

La Unidad de Branding de Turismo de Gran Canaria es galardonada con el Premio Mujer y Turismo



17 mar.

Turismo de Gran Canaria apoya la celebración en la isla del Ceav Pro Tour 2023

Segundo Trimestre



29 mar.

La nueva ruta de Binter que une Gran Canaria con Granada ya ha comenzado su operativa



4 abr.

Turismo de Gran Canaria expone en La Palma su experiencia en marketing y comunicación como caso de éxito



5 abr.

Turismo de Gran Canaria obtiene un sobresaliente en Transparencia por segundo año consecutivo



10 abr.

Repite visita a Gran Canaria el destacado bloguero de viajes alemán Karl-Heinz Limberg

Segundo Trimestre



12 may.

Visita a Gran Canaria de destacados periodistas y agentes de viaje de Estados Unidos



12 may.

Turismo de Gran Canaria vuelve a destacar con fuerza en los TravMedia Awards 2023



12 may.

El Sand Series Classic Gran Canaria reúne esta semana el mejor tenis playa mundial



15 may.

El regreso de alemanes y nórdicos apunala la recuperación del sector turístico de Gran Canaria

Segundo Trimestre



14 jun.

airBaltic apuesta por Gran Canaria con 10 nuevas rutas y una base en la Isla



14 jun.

Turismo de Gran Canaria se posiciona en las regiones emergentes de China, con la gastronomía como gran atractivo



15 jun.

Turismo de Gran Canaria asiste al Taste of Dublin con la mejor gastronomía de la isla



19 jun.

Gran Canaria destaca en Israel con dos eventos para impulsar su presencia en este mercado emisor

Tercer Trimestre



17 jul.

Gran Canaria exhibe en Reino Unido su oferta y atractivos en el encuentro de turismo de lujo *Aspire Escape*



18 jul.

Gran Canaria lidera la recuperación turística de Canarias en gasto del cliente y días de estancia, y factura un 40% más que antes del covid



19 jul.

Carlos Álamo se reúne con los Ayuntamientos y Turismo de Gran Canaria dará prioridad a los proyectos municipales



19 jul.

El XVI Festival Internacional de Trompeta de Maspalomas reúne a más de 500 músicos de 15 nacionalidades en Gran Canaria

Tercer Trimestre



20 jul.

Tuoperadores de golf internacionales conocen la oferta de golf de Gran Canaria



14 ago.

Grabher se impone en Gran Canaria



14 ago.

Turismo de Gran Canaria exhibe las fortalezas del destino en el festival sueco Trosa Galejet



18 ago.

Turismo de Gran Canaria recibe visita de estudiantes del Certificado de Profesionalidad de recepción en alojamientos de AFS Formación

Tercer Trimestre



18 ago.

Una delegación de la Oficina Española de Turismo en Milán visita Gran Canaria de la mano de Binter



5 sep.

Nuevo programa de 'Planes Cuatro' que muestra Gran Canaria como un paraíso que deslumbra por su incomparable belleza



7 sep.

Gran Canaria será una de las rutas con más capacidad de Iberia Express durante la próxima temporada de invierno



29 sep.

La Feria Km.0 Gran Canaria se consolida como iniciativa de promoción y venta de productos agroalimentarios de toda la isla

Cuarto Trimestre



2 oct.

Destacados periodistas y creadores de contenido de EE.UU. conocen la oferta turística de Gran Canaria



11 oct.

Turismo de Gran Canaria da a conocer su labor a los futuros profesionales turísticos del CIFP San Cristóbal



13 oct.

El Gran Canaria Frontón King, última prueba del Mundial de Bodyboard, celebra en Gáldar su undécima edición



13 oct.

Gran Canaria protagonizará varios programas de viajes de la televisión privada más popular del mercado polaco

Cuarto Trimestre



7 nov.

Gran Canaria confirma en la World Travel Market un incremento inicial del 7% en la conectividad del verano de 2024



7 nov.

Turismo de Gran Canaria mantiene su impulso de promoción para atraer turistas procedentes de China



9 nov.

La participación de Turismo de Gran Canaria en el roadshow del T.O. Alltours en Düsseldorf pone cierre a una dinámica cooperación en 2023



9 nov.

Turismo de Gran Canaria impulsa el destino en Italia con un press trip ligado a la nueva ruta Gran Canaria- Nápoles de EasyJet

Cuarto Trimestre



27 nov.

El nuevo indicador de la Unión Europea pone el foco en los alojamientos con certificación en sostenibilidad



5 dic.

El mercado de EE. UU. descubre Gran Canaria a través de los relatos de expertos en viajes



14 dic.

Turismo de Gran Canaria pone en valor los diferentes oficios del sector a través de una campaña de comunicación



20 dic.

Gran Canaria muestra sus atractivos turísticos a agentes de viajes de Estonia y Lituania

21

PERFILES DIGITALES PROFESIONALES

LinkedIn @TurismodeGranCanaria

Facebook @GranCanariaTur

Twitter @GranCanariaTur

YouTube @grancanariaturismo



@TurismodeGranCanaria

LinkedIn

Turismo de Gran Canaria
 6.228 seguidores
 7 meses · Público

Gran Canaria elegirá los Jornales de Conectividad Aérea de Tropicasia y Aena en 2024.

Los jornales, organizados por Tropicasia y Aena se desarrollarán en #GranCanaria durante abril del próximo año.

Este magnífico evento para nuestros destinos ha sido anunciado por Miguel Saini, director general de Tropicasia, ante los asistentes de la tercera edición de la Convención Tropicasia que se celebra en San Sebastián, hacia donde se ha desplazado una delegación de Turismo de Gran Canaria formada por nuestro director general, Pablo Lirio, Rocio Ladrón, responsable de la Sección de Promoción Turística, Eduardo Reusz, responsable de Análisis Turístico y Conectividad, y Elena Miranda, responsable de Comunicación Digital.



Gran Canaria elegirá los Jornales de Conectividad Aérea de Tropicasia en 2024 [#TurismoGranCanaria](#)

Turismo de Gran Canaria
 6.228 seguidores
 7 meses · Público

Gran Canaria visita a Estados Unidos para posicionarse como un destino de interés para el cliente norteamericano.

Una delegación de Turismo de Gran Canaria encabezada por el consejero, Carlos Álamo, y director general, Pablo Lirio en compañía de una representación empresarial del sector viajará la próxima semana a Estados Unidos para mantener encuentros con agencias, agentes de viajes y organizaciones turísticas en Nueva York y Miami.

Nuestro consejero, Carlos Álamo ha asegurado que este iniciativa parte del interés propio por abrir y estrechar relaciones con un mercado muy potente y de buen gusto, pero también responde al hecho de que en los últimos años hemos detectado una enorme voluntad empresarial en consonancia por parte de este mercado, por visitarnos e incluir de alguna manera al destino Gran Canaria en los tours de los turistas de Estados Unidos.

Amplia información en este enlace: <https://bit.ly/3W44KCL>



<https://bit.ly/3W44KCL> [#TurismoGranCanaria](#) [#Miami](#) [#NYC](#) 108 · 4 comentarios

Turismo de Gran Canaria
 6.228 seguidores
 7 años · Público

Pablo Lirio y Eduardo Reyes, director general y responsable de Análisis Turístico y Conectividad de Turismo de Gran Canaria, respectivamente, asistían a la 8.ª Jornada de Conectividad Aérea organizada por Tropicasia y Aena, y que se celebra hoy en Sevilla.

Este encuentro orientado a profesionales turísticas tiene como objetivo analizar los retos a los que se enfrenta la industria e impulsar la conectividad aérea y el desarrollo sostenible del turismo.

Puedes consultar el programa aquí: <https://bit.ly/3W22K7Y>



<https://bit.ly/3W22K7Y> [#TurismoGranCanaria](#) [#Madrid](#) [#NYC](#) 131

Turismo de Gran Canaria
 6.228 seguidores
 7 años · Público

Gran Canaria contacta en Miami el interés del cliente norteamericano por descubrir el destino Insular.

La segunda de las dos jornadas en Estados Unidos, programadas esta semana, se celebró durante la mañana del jueves, 14 de diciembre en el Hotel AC Marriott Miami Brickell con la asistencia de representantes de agencias, agentes turísticos, aerolíneas, turoperadores y empresas del sector.

Carlos Álamo, consejero de Turismo de Gran Canaria, aseguró que la toma de contacto con la industria norteamericana ha sido más que satisfactoria y confiante en que esto se pueda traducir en una mayor presencia de clientes norteamericanos. Hemos contactado con los principales inversores y representantes del sector turístico de EE. UU. y nos han reiterado su interés, por lo que regresamos a Gran Canaria con proyectos muy interesantes para desarrollar y explorar la potencialidad de un cliente de gran interés para el sector y que seguro ampliará la facturación y rentabilidad de nuestro destino.

En este acto estuvo presente, Elvira Marcos, directora de la Oficina Española de Turismo en Miami, que destacó el enorme aumento de viajeros del país norteamericano tras la pandemia y su interés en nuevos destinos de Europa, entre los que se encuentra Canarias.

Consulta toda la información sobre esta acción clicando en este enlace: https://bit.ly/3W6C_Miami



https://bit.ly/3W6C_Miami [#TurismoGranCanaria](#) [#Miami](#) [#NYC](#) 137



NÚMERO DE SEGUIDORES



2.303

ENERO 2023

4.483

DICIEMBRE 2023

2.180

AUMENTO

PUBLICACIONES

356

INTERACCIONES

33.835

IMPRESIONES

328.109

f

@GranCanariaTur

Facebook

Gran Canaria Turismo
24 de noviembre de 2023 · 45

Gran Canaria recibe la visita de periodistas alemanes en un press trip organizado en colaboración con la OET Frankfurt

Siete periodistas de medios de comunicación alemanes realizaron un viaje de prensa a #GranCanaria organizado por Turismo de Gran Canaria en colaboración con la Oficina Española de Turismo de Frankfurt.

Esta acción de promoción de nuestro destino se organizó en torno a la temática histórico-cultural dando a conocer a estos profesionales los atractivos del patrimonio natural, histórico y cultural de la isla.

Puedes conocer todos los detalles de esta acción, clicando en este enlace: https://bit.ly/OET_T

#TurismoGranCanaria #MuchoPorVivir



278 · 7 comentarios · 30 veces compartido

Gran Canaria Turismo
7 de septiembre de 2023 · 43

Gran Canaria será una de las rutas con más capacidad de Iberia Express durante la próxima temporada de invierno.

En el programa de vuelos previstos para la temporada de octubre a marzo, la aerolínea aumentará su oferta con más de 45.000 asientos, lo que supone un incremento de más del 8 % de la capacidad con respecto al mismo periodo de 2022-2023.

Durante ese periodo, Iberia Express ha programado un total de 52 vuelos de ida y vuelta semanales a Madrid, llegando a alcanzar hasta los 9 vuelos diarios los domingos.

Con ello, #GranCanaria se consolidará como la isla del archipiélago canario que libre el crecimiento de vuelos.

#TurismoGranCanaria #MuchoPorVivir

Conoce todo sobre esta noticia en el siguiente enlace: https://bit.ly/ibnna_TDC



303 · 13 comentarios · 40 veces compartido

Gran Canaria Turismo
Publicado por Ministerio de Turismo · 20 de enero de 2023 · 43

#GranCanaria cierra en #ITUR un acuerdo con la compañía aérea Edelweiss Air, perteneciente al Grupo Lufthansa y Swiss International Air Lines, para aumentar el volumen de turistas suizos.

Carlos Alamo, director de Gran Canaria Turismo anunció que esta cita, la primera del calendario internacional, sirve para trabajar y alcanzar acuerdos con otros mercados internacionales y mostrar aquí ya conocidas las bondades y ventajas de este tipo de cliente en la isla al ser parecido al turista, al francés y al neerlandés que son los que más han crecido en los últimos ejercicios, y aportado en el aumento de la facturación.

Conoce más detalles haciendo clic en la imagen.

#TurismoGranCanaria #MuchoPorVivir #Itur2023



Gran Canaria cierra en Fitur 2023 un acuerdo con Edelweiss Air para aumentar el volumen de turistas suizos

54 · 10 comentarios · 10 veces compartido

Gran Canaria Turismo
Publicado por Asesoria Verde · 27 de mayo de 2023 · 43

¡GranCanaria es un destino de primer nivel!

Ehonorables, Unión Deportiva Las Palmas por este merecido ascenso a la máxima categoría del fútbol español.



206 · 33 comentarios · 26 veces compartido



NÚMERO DE
SEGUIDORES



16.426

ENERO 2023

16.839

DICIEMBRE 2023

413

AUMENTO

PUBLICACIONES

608

INTERACCIONES

51.350

IMPRESIONES

1.035.941



@GranCanariaTur

X-Twitter

Gran Canaria Turismo
@GranCanariaTur

#GranCanaria, destino estrella de la 5ª edición de la galardonada revista de viajes británica @jrnymag.

Nuestra Isla ocupa un papel protagonista con un especial fotográfico de 10 páginas, que se acompaña por un artículo de Ross Clark con el título «Mitos, menolitos y mercados».



5:30 p. m. · 27 jul. 2023 · 1.530 Reproducciones

1 0 25 0 0

Gran Canaria Turismo
@GranCanariaTur

#GranCanaria suma una 🌟 nueva estrella MICHELIN.

¡Enhorabuena a todo el equipo del Restaurante Bevir!

Y felicidades por mantener sus respectivas 🌟 a los restaurantes Tabaiba; Poemas by Hermanos Padrón; La Acvarela y Guayres. Muxgo (Estrella MICHELIN verde).

#EstrellasMICHELIN



9:00 p. m. · 28 nov. 2023 · 1.818 Visualizaciones

0 1 25 0 0

Gran Canaria Turismo
@GranCanariaTur

#GranCanaria es la gran protagonista de la revista del mes de enero de la aerolínea @airtatic.

La revista dedica la portada y un artículo en primera persona realizado por el escritor especializado en viajes, @rosswolanke para promocionar la Isla entre sus pasajeros.



9:42 a. m. · 12 ene. 2023 · 1.272 Reproducciones

0 1 19 0 0

Gran Canaria Turismo
@GranCanariaTur

Les compartimos una gran noticia para nuestro destino.

@airBaltic comunica que abrirá base en #GranCanaria y amplía 10 nuevas rutas.



126 p. m. · 14 jun. 2023 · 4.516 Visualizaciones

0 3 31 0 0



NÚMERO DE SEGUIDORES



11.067

ENERO 2023

11.347

DICIEMBRE 2023

280

AUMENTO

PUBLICACIONES

1.318

INTERACCIONES

8.383

IMPRESIONES

422.623



@grancanariaturismo

YouTube



Press Trip EE. UU. | Atractivos de nuestro destino y potencial para conexión aérea

Turismo de Gran Canaria
138 suscriptores

1 0 Comentar 0 Reaccionar



Videoresumen Overbooking Gran Canaria 2023

Turismo de Gran Canaria
138 suscriptores

8 0 Comentar 0 Reaccionar



NÚMERO DE
VÍDEOS PUBLICADOS
34

NÚMERO TOTAL
DE REPRODUCCIONES
1.670

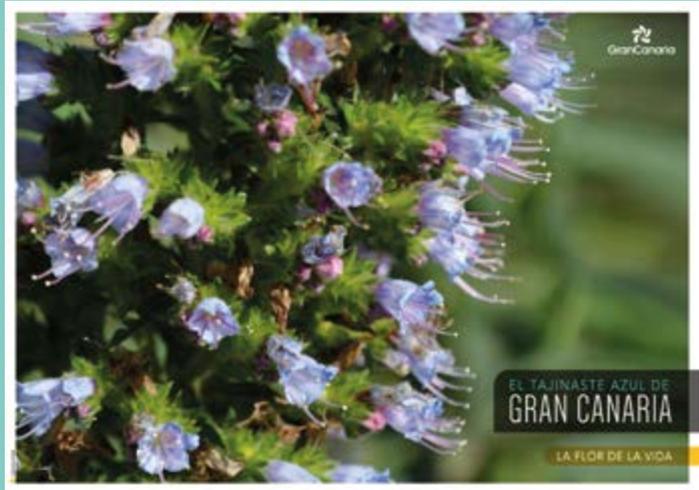
IMPRESIONES
TOTALES
26.471

22



GRAN CANARIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Revista
Kissthemountain
ESPAÑA



Revista
Turismo Rural
ESPAÑA



Canaria,
e para comérselo

l pensar en Gran Canaria nos vienen a todos a la mente la naturaleza de la isla va mucho más allá de lo que se ve. Es un territorio único y la verdadera esencia de la isla es buena para llegar a ella, por su suave clima, por su cercanía a pocas horas de avión desde España y de las principales capitales europeas, por su gente y por tener una de las más increíbles paisajes del planeta.

Texto: Alberto del Puerto
Fotos: Turismo de Gran Canaria

de la isla donde la cultura, la historia y las tradiciones se encuentran. Conocida por ser un pequeño continente y por ser un territorio único en el mundo por su variedad de paisajes, Gran Canaria es un destino perfecto para quienes buscan un lugar donde desconectar y disfrutar al máximo de la vida.

El territorio de LAJINASTE que posee un valor tan grande como el de la isla está incluido en el selecto listado de Patrimonio Mundial de la Unesco y los Espacios Sagrados de las Montañas en 2019, reconocido a alto nivel como Reserva de la Biosfera. En el área figura de protección y conservación está contenida



Buen beber... y buen yantar

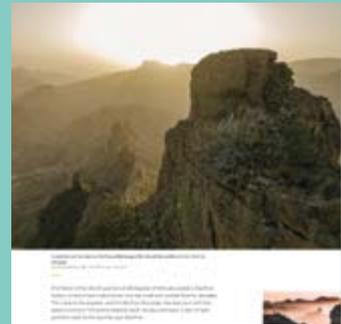
Hoy en día es posible empaparse de las costumbres y tradiciones del pueblo gran canario de la mano de los productores que elaboran vinos y quesos que aún conservan el estilo de hacer las cosas de sus ancestros. Una de las formas de sumergirse en esta tradición es descubriendo sus más característicos productos empapados en tradición, con preparaciones como la Baza del Vino de Gran Canaria, una experiencia enológica extraordinaria que recoge los paisajes y modos de vida del interior de la isla, donde se obtienen sus hermanos, vitales y cultivos.

Con más de cuarenta variedades distintas, las peculiaridades de la geografía y el clima de Gran Canaria han beneficiado con una riqueza vitícola extraordinaria, cuyos mejores nombres como el Listón negro, Marmajuelo, Beval, Moscatel de Alejandría o Malvasía volcánica forman parte de un legado enológico único en el mundo. Los vinos de la zona son excepcionales, con una identidad propia presente en cada litro que más de 24 viticultores locales. Vinos con denominación de origen (D.O.) que destacan por su pureza y homogeneidad, sin igual en el mundo, con matices extraordinarios. Fruto de una herencia vitícola con siglos de historia.

Esta es una forma diferente de descubrir Gran Canaria, saboreando los excelentes caldos que se cultivan en condiciones extremas en tierras de este

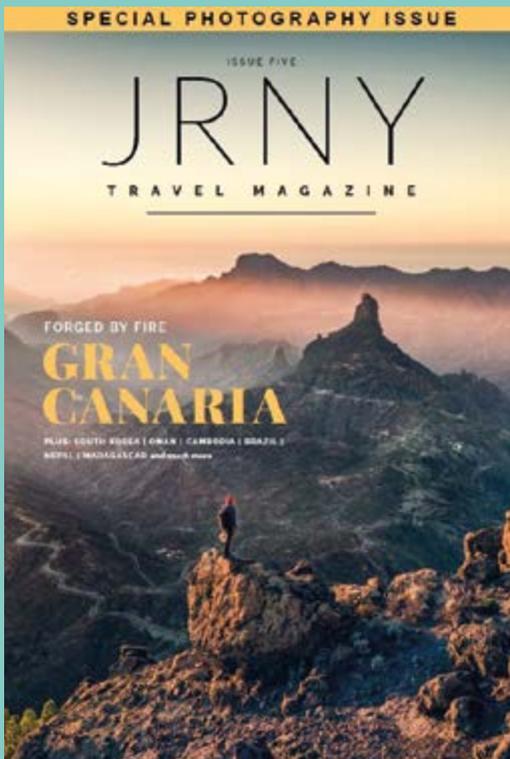
gran volcánico, es lo que se llama finca alpina. Entre otros, los pequeños locales a la perfección. Este pequeño también un destino en su paisaje cotidiano. Si eres amante de la aromas y recetas de la zona. Se dice que sus platos están desde sus raíces que merece el placer que disfrutas cada vez que llegas a la finca. Del mar a la montaña, pasando por el campo, este es un destino que merece el placer que disfrutas cada vez que llegas a la finca. Del mar a la montaña, pasando por el campo, este es un destino que merece el placer que disfrutas cada vez que llegas a la finca.





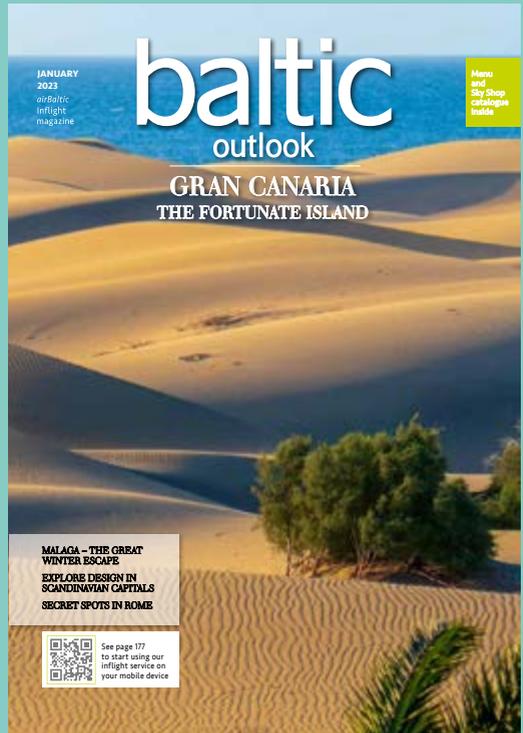
Serie “Legends of Spain”
de National Geographic
EE. UU.

JRNY
REINO UNIDO





Baltic Outlook
Inflight Magazine
PAÍSES BÁLTICOS



Rynek
Turystyczny
POLONIA



23

ASOCIACIONES DE PRODUCTO



IBTM World 2023



Break The Ice Forum Gran Canaria 2023



Colaboración con El Museo Canario



Presentación del Informe del Sector MICE 2022-23

Gran Canaria Convention Bureau

En 2023, Gran Canaria destacó en las ferias internacionales IMEX de Frankfurt y IBTM de Barcelona, reforzando su posición en la industria de congresos y convenciones. En IMEX, la isla, en colaboración con Turismo de Islas Canarias, atrajo a 11.764 participantes y 2.900 empresas expositoras, con empresas clave como Ineventing y Seaside Hotels. En IBTM participaron más de 4.700 compradores de 110 países. Gran Canaria logró un récord histórico de participación de empresas, incluyendo Capital Incentive y Lopesan & Expomeloneras.

El Association Meetings Workshop (AMW) celebró su tercera edición en Granada, consolidándose como el evento de referencia en España para el mercado asociativo, reuniendo a 45 compradores y 70 proveedores especializados en la organización de congresos. El MIS Eventoplus celebrado en Madrid reunió a más de 100 proveedores y compradores internacionales, proporcionando un entorno propicio para el networking y la realización de negocios en el sector de incentivos y eventos de España y Portugal. En The Meetings Space de Praga, Gran Canaria Convention Bureau debutó, conectando con influyentes compradores y proveedores europeos, fomentando la colaboración estratégica en eventos internacionales. Además, se participó en la primera edición del Canarias Business Meetings celebrada en Tenerife, que congregó a más de treinta meeting planners franceses. Además, se acudió a eventos como el Sports & Events Workshop de Valencia y Costa Brava, consolidando la posición de Gran Canaria como destino ideal para eventos deportivos y corporativos tanto nacional como internacionalmente, mientras que en el M&I Forum Europe Spring de Estambul se buscó establecer relaciones comerciales y promover

el destino ante compradores internacionales de gran nivel. En la Jornada Corporativa Mercado Nacional de Pamplona, se promovió la oferta MICE ante event planners de grandes empresas nacionales.

También se asistió a las Jornadas Directas organizadas por Turespaña en Minneapolis, Nueva York y Toronto, presentando las potencialidades de la isla para la organización de reuniones y eventos, y se tuvo presencia en el "Shalom Spain 2023" en Tel Aviv, donde se conectó con operadores turísticos israelíes. Además, se participó en el MCE South Europe de Sevilla, un evento especializado en el sector que reúne a profesionales y actores clave de esta industria.

Asimismo, Gran Canaria fue el escenario de importantes eventos para el sector durante el ejercicio. En noviembre, el Spain Convention Bureau y la OET de Frankfurt organizaron una jornada inversa con representantes de la industria de reuniones alemana, destacando reuniones de trabajo y actividades de incentivos. En diciembre, se celebró el Break The Ice Forum en el Hotel Seaside Palm Beach, un evento B2B que reunió a profesionales del sector en un entorno de networking y visitas culturales. Ese mismo mes, se llevó a cabo un fam trip para mostrar los atributos de Gran Canaria como destino MICE. Además, en junio se presentó en Infecar la segunda edición del Estudio de Impacto del Sector MICE en Gran Canaria, liderado por el Instituto TIDES de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, que abordó competidores, sinergias y tendencias del mercado.



Fam trip IAGTO



IAGTO European Convention



International Golf Travel Market



Scandinavian Mixed

Gran Canaria Golf

IAGTO EUROPEAN CONVENTION

Gran Canaria Golf estuvo presente durante la primera edición de la 'IAGTO European Convention', evento organizado por la Asociación Internacional de Turoperadores de Golf, que tuvo lugar entre los días 24 y 26 de abril en Marbella, y que sin duda es el comienzo de una de las ferias profesionales del turismo de golf más importantes a nivel internacional.

En la convención participaron un total de 220 turoperadores de 28 países diferentes y 275 proveedores de golf, convirtiéndose en una excelente oportunidad para la promoción de Gran Canaria como destino de golf en una primera edición caracterizada por una acogida total por parte del segmento.

VOLVO CAR SCANDINAVIAN MIXED 2023

Gran Canaria acudió con stand propio a este torneo pionero del European Tour, en el que compiten juntos golfistas de la categoría femenina y masculina. Este torneo celebrado entre el 8 y el 11 de junio está teniendo una gran acogida, y en su edición 2023 se realizó en Ullna G&CC, Estocolmo, Suecia, permitiendo un acercamiento al mercado sueco en el torneo de golf de mayor afluencia.

En Suecia la mujer ocupa una gran parte de las licencias federativas del país, siendo muy similar a la del hombre a diferencia de otros mercados en el que el porcentaje de jugadores masculinos es superior. Dentro de la nueva estrategia y fomento de la marca Gran Canaria Golf es una cita necesaria en cuanto promoción del destino, a la que, al igual que en otras ferias de clientes, acudimos con juegos o actividades para interactuar con los visitantes.

INTERNATIONAL GOLF TRAVEL MARKET / IGTM

La Internacional Golf Travel Market, celebrada del 16 al 19 de octubre, sigue siendo uno de los eventos profesionales de golf más multitudinarios en el que nos damos cita con los turoperadores, agentes de viajes, empresas y medios de comunicación relacionados con el turismo de golf en una agenda de tres días que se celebró en la ciudad de Lisboa. Tanto para Gran Canaria Golf como para los alojamientos asociados es la oportunidad para seguir mejorando y actualizando relaciones con profesionales del sector, así como pequeñas empresas o segmentos más amplios que empiezan a ver el golf como una oportunidad de turismo de calidad y diversificación que sigue ganando demanda año tras año.

Gran Canaria Golf es una de las marcas destacadas en este evento al ser sponsor oficial de las bolsas reutilizables que se entregan en la bienvenida, obteniendo una gran presencia de marca en el evento y viajando de vuelta a los países de procedencia de cada uno de los participantes. Este obsequio incluye información del destino a través del código QR impreso en el mismo.

FAM TRIP IAGTO

Gran Canaria Golf y la Asociación Internacional de Turoperadores de Golf (IAGTO) realizaron entre el 9 y el 15 de julio un viaje de familiarización en el que participó un grupo formado por 12 turoperadores de golf de seis nacionalidades, con representación de Dinamarca, Francia, Noruega, Polonia, Reino Unido y España. El objetivo de esta acción, dentro del enfoque de IAGTO, consistía en dar a conocer la variada oferta de golf de Gran Canaria, así como todo lo que ofrece la isla para combinar la práctica de este deporte con múltiples opciones de descanso, ocio, cultura, naturaleza y gastronomía en un destino ideal para la práctica del deporte al aire libre durante todo el año.



El influencer Juan Amodeo disfruta del lado náutico de Gran Canaria



Press trip del medio británico "The Sun"



El actor Nicolás Coronado comparte la experiencia Gran Canaria Blue



Press trip del medio británico "Hello!"

Gran Canaria Blue

Gran Canaria Blue, marca oficial de Turismo de Gran Canaria para la promoción de la isla como destino de turismo náutico, consiguió en el año 2023 estar presente en más de 38 publicaciones en medios y 372 publicaciones fruto de la organización de press trips e influencer trips consiguiendo impactar en una audiencia potencial de más de 110.726.332 personas, consolidando el producto náutico como uno de los principales atractivos de la isla.

Su actividad promocional se tradujo en la apuesta por los canales online y publicaciones en medios especializados y generalistas de gran relevancia nacional e internacional. Estas acciones promocionales se centraron en la organización de viajes de prensa. Entre ellos, destacan los viajes organizados con medios como "The Sun" y "Hello!", así como viajes con influencers y celebridades como el actor Nicolás Coronado, la actriz Melani Olivares, el influencer Juan Amodeo, con más de un millón de seguidores en redes sociales, y el campeón de España de Paddle Surf Guillermo Carracedo, que volvió a repetir su experiencia en la isla. Asimismo, los youtubers y microinfluencers alemanes Joshinator (131.000 suscriptores) y Angel Maximal (114.000 suscriptores), especializados en pesca deportiva, acudieron a la isla para dar a conocer a sus seguidores las bondades de Gran Canaria como destino náutico.

Desde la asociación se intensificaron las campañas en medios nacionales y en los principales mercados emisores consiguiendo una cobertura valorada en más de 371.708 euros. Gracias a esta intensa actividad, Gran Canaria Blue se pudo ver reflejada en diversas publicaciones en medios nacionales como "Viajes National Geographic", "The Best" o "Mares", así como una intensa campaña en medios internacionales como los británicos "Family Traveller", "The Travel Magazine" o la revista del mercado escandinavo "Se og Hør", entre los más destacados.

A esto hay que sumar la asistencia a ferias y eventos, destacando las especializadas en turismo náutico como "Polboat Yachting Festival", en el mercado polaco, o la feria "Grand Pavois La Rochelle", en Francia. Asimismo, destaca la presencia en ferias de referencia internacional como "World Travel Market" o "FITUR". Así como la asistencia a los dos workshops organizados en diez ciudades españolas para dar a conocer la oferta de náutica de Gran Canaria Blue.



Fam Trip de la agencia "The Way Tours"



Fam Trip del turoperador "Vilja"



Visita de la influencer "Vadesabores"



XII edición de Gran Canaria Walking Festival

Gran Canaria Natural & Active

Gran Canaria Natural & Active, marca oficial de Turismo de Gran Canaria para la promoción de la isla como destino de naturaleza, finalizó el 2023 con una presencia de más de 100 publicaciones en medios consiguiendo alcanzar a una audiencia potencial de más de 57.678.440 personas.

Toda esta actividad promocional supuso la realización de inserciones en medios de gran repercusión tanto especializados como genéricos. A nivel nacional se encuentran revistas como "Campobase", "Kiss the Mountain" o "Desnivel"; en el mercado alemán en "Trekking Magazin", "Wir leben Outdoor" o "Wandermagazin"; y en el mercado británico con publicaciones en "Wired for Adventure", así como publicaciones en otros mercados como Benelux, con ejemplos como "Bergen" y "Wandelmagazine", entre otros mercados de interés como el escandinavo.

Además, destaca la organización de press trips como el realizado con "El Cuaderno de Joan Seguidor", influencer trips como la visita de la creadora de contenido Júlia Rovira, de "Vadesabores", y fam trips como los de la agencia de viajes nacional "The Way Tours" y del turoperador escandinavo "Vilja".

A lo largo de esta actividad promocional no faltó la asistencia a workshops y ferias especializadas como "INTUR", en el mercado nacional, o "Roc d'Azur" y "Fiets en Wandelbeurs" en los principales mercados emisores. Así como la asistencia a los dos workshops organizados en diez ciudades españolas para dar a conocer la oferta de naturaleza de Gran Canaria Natural & Active.

En 2023 la asociación celebró la duodécima edición de Gran Canaria Walking Festival, una edición en la que Gran Canaria Natural & Active quiso seguir sorprendiendo a participantes de todo el planeta con la diversidad de paisajes de la isla a través de rutas por su cumbre, su verde interior y su impresionante costa. El festival sigue apostando por ofrecer una experiencia completa para disfrutar de los contrastes, cultura, gastronomía y productos locales, así como de la vibrante naturaleza de Gran Canaria.

Como resultado, se contó con la participación de senderistas de más de 18 países, la Península y de las islas en dicha edición. Gran Canaria Walking Festival continuó su apuesta por ser un festival eco-friendly, aspecto que ya forma parte de la identidad de este evento, y que es muy apreciado por los participantes, cada vez más concienciados. Además, se continuó la colaboración alcanzada el año anterior para que los participantes degusten los deliciosos productos y vinos de Gran Canaria, mostrando la riqueza del destino y fomentando el conocimiento de sus encantadores enclaves rurales.

Las acciones promocionales llevadas a cabo han ayudado a consolidar la marca Gran Canaria Natural & Active en mercados de relevancia y convertir el Gran Canaria Walking Festival en referente internacional para los amantes del senderismo de todo el mundo.



Toñi Moreno desconecta en Gran Canaria



Viaje de prensa grupal del mercado nacional



Press trip del medio británico "Luxury Lifestyle"



Representantes de sectores público y privados de Senegal conocen la oferta de salud y bienestar de Gran Canaria

Gran Canaria Spa, Wellness & Health

La asociación Gran Canaria Spa, Wellness & Health, marca oficial de Turismo de Gran Canaria, tuvo durante 2023 una intensa actividad encaminada a la promoción de la isla como destino de salud y bienestar.

Estas acciones consistieron en la organización de 39 press trips, tanto de influencers como de representantes de medios tradicionales. Entre ellos, destaca la visita de celebridades como la presentadora y periodista Toñi Moreno, la actriz Aura Garrido, el influencer con casi un millón de seguidores Xuso Jones y la modelo e influencer Palito Dominguín, entre otras personalidades e influencers. Asimismo, se realizaron viajes de prensa con periodistas de importantes medios nacionales como "Woman", "Cuore" o "Fuera de Serie", además de medios de los principales mercados emisores como los británicos "Yours Magazine", "Luxury Lifestyle Magazine", "House of Coco" y "Mother & Baby", o el italiano "Corriere Viaggi".

Junto a esta actividad, se realizaron diversas publicaciones en medios nacionales e internacionales de gran relevancia, tanto generalistas como especializados, como "Cosmopolitan" o "Vanity Fair" en España, o las destinadas a los mercados británico y alemán como "Travel Bulletin" y "Unterwegs". Esto se tradujo en una presencia que alcanzó las 68 publicaciones en medios online y offline y 353 publicaciones fruto de los press trips e influencer trips. Todas estas acciones han permitido que la imagen turística de Gran Canaria, en lo que a turismo de salud se refiere, alcanzara en 2023 una audiencia potencial de 120.373.297 en los diferentes mercados y canales.

Sumado a lo anterior se encuentra la asistencia a ferias de relevancia como el "Salon Mondial du Tourisme", "World Travel Market" y "Fitur", así como la presencia en workshops repartidos en diez ciudades españolas.

Del mismo modo son reseñables los progresos realizados en la promoción de Gran Canaria como destino de turismo médico en África. En este sentido, Gran Canaria Spa, Wellness & Health realizó numerosas acciones promocionales como la organización de press trips con importantes medios de comunicación del país, entre ellos "Groupe Sud FM".

Además, desde la asociación se llevaron a cabo misiones comerciales, resaltando las realizadas con la agencia de viajes senegalesa CCBM Voyages, la aseguradora Sonam Assurances, la mutua MA-DGID, el ministerio de la Función Pública de Senegal y la clínica Clinique de la Madeleine. Entre las acciones promocionales destacan también las publicaciones en medios africanos como "Le Soleil", "L'Observateur" y "Jeune Afrique", así como la campaña realizada en la radio senegalesa y los paneles publicitarios para la difusión de las potencialidades de Gran Canaria como destino de turismo médico, favoreciendo así el conocimiento del destino en este mercado.



El deportista Oscar Pereiro visita Gran Canaria



Press trip con el medio italiano "Cyclist Italia"



Visita del medio "Joan Seguidor"



Fam trip grupal con nueve turoperadores de 8 países

Gran Canaria Tri, Bike & Run

La asociación Gran Canaria Tri, Bike & Run, marca oficial de Turismo de Gran Canaria para la promoción de la isla como destino de triatlón, running y cicloturismo, consiguió en 2023 un impacto de 25 inserciones en medios y 249 publicaciones fruto de los press trips.

En 2023, GCTB&R organizó viajes de prensa e influencers, entre los que destaca la visita de deportistas como Óscar Pereiro, Lina Bo y medios como "El Cuaderno de Joan Seguidor", así como representantes de medios especializados del mercado italiano como "Cyclist Italia" y "Ciclismo.it". Además, se realizaron publicaciones en revistas de relevancia a nivel nacional como "Sport Life", "Viajes National Geographic" y "Soy Corredor", a los que se añaden medios británicos como "Cycling Plus", "Cyclist UK" y "Escapism". Estas acciones, unidas a la presencia en redes sociales con campañas que alcanzaron a más de 195.181 usuarios, permitieron llegar a una audiencia potencial de 37.123.382.

Además, Gran Canaria Tri, Bike & Run, en colaboración con Gran Canaria Maspalomas Marathon, organizó un fam trip con nueve turoperadores especializados en turismo deportivo para dar a conocer la completa oferta de la asociación a agentes internacionales de los siguientes países: Países Bajos, Bélgica, Países Nórdicos, Reino Unido, Italia, Francia, Suecia y Alemania.

Asimismo, destaca la presencia de la asociación en las ferias italianas "Forum y Feria del cicloturismo de Bolonia", "Bike-Up Bergamo" y "Cicloevento Expo Novocolli", en el "Salon du Tourisme Mahana" y "Salon Mondial du Tourisme", celebrados en Francia, y en las ferias nacionales "Festibike", "INTUR" y "Fitur", así como en workshops repartidos en diez ciudades españolas. Sumado a ello, se trabajó en la difusión de los eventos deportivos que se celebran en la isla, una actividad promocional que sigue la estrategia de posicionamiento de Gran Canaria como destino deportivo para profesionales de élite y amantes del deporte.



ACTIVA CANARIAS
ASOCIACION CANARIA DE TURISMO ACTIVO



FITUR 2023



Wine City Tour en la Gran Canaria
Adventure Weekend



VIII Jornadas Profesionales de Turismo Activo
y Ecoturismo de Canarias



I Jornadas de Ecoturismo en el Paisaje
Cultural Risco Caído y Reserva de la Biosfera
de Gran Canaria

Activa Canarias

2023 alumbró nuevas oportunidades para Activa Canarias

Nuevas oportunidades aparecen en el horizonte de Activa Canarias en el año 2023. En este año, volvimos a estar en FITUR, y transformamos nuestra tradicional Feria de Turismo Activo en la Gran Canaria Adventure Weekend, un evento dirigido al público internacional con el municipio de Las Palmas de Gran Canaria como destacado en esta edición.

Las VIII Jornadas Profesionales de Turismo Activo y Ecoturismo tuvieron lugar este año en Maspalomas, localidad turística por excelencia de Gran Canaria y de toda Canarias. Fue un éxito de participación y contenido, confirmando el creciente interés en el sector.

También hubo espacio para identificar especies invasoras en el Alien Bioblitz organizado por Redexos. Activa Canarias, atendiendo a su compromiso medioambiental, quiere hacer un esfuerzo por compensar la huella de carbono.

Los principales hitos de este año 2023 de Activa Canarias son los siguientes:

GRAN CANARIA ADVENTURE WEEKEND

Este nuevo evento sedujo al público internacional. El impacto mediático fue también importante, con un valor equivalente publicitario de 300.000 euros y más de 280.000 impresiones en redes sociales, con publicaciones en español, inglés, francés, italiano y alemán.

JORNADAS PROFESIONALES DE TURISMO ACTIVO

Con una mirada a las declaraciones de alerta y al uso y gestión de los espacios naturales, las VIII Jornadas Profesionales de Turismo Activo y Ecoturismo congregaron a un buen número de personas, que corresponden al público objetivo de la asociación. La novedad fue que se desarrollaron en la localidad turística de Maspalomas.

PRENSA, COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

Siguiendo con el Plan de Acción marcado, Activa Canarias hizo difusión de su actividad a través de notas de prensa, convocatorias de medios, reportajes, entrevistas, artículos de opinión y publicaciones de redes sociales. Para calibrar el impacto, podemos confirmar un valor equivalente (AVE) a una campaña valorada en 536.100 euros y un alcance potencial (OTS) de 34.295.000 personas. En cuanto al ROI (Retorno de Inversión) en relación con la aportación de Turismo de Gran Canaria, hablamos de un 1.434%. En redes sociales, la comunidad en las redes sociales de Activa Canarias aumentó casi un 5% y obtuvo más de 200.000 impresiones en las redes de referencia: X, Facebook e Instagram.



24

EL EQUIPO DE TURISMO DE GRAN CANARIA

Consejo rector

Carlos Álamo Cabrera
Miguel Ángel Pérez del Pino
Minerva Carmen Alonso Santana
Olaia Morán Ramírez
Inés Jiménez Martín
Teodoro Claret Sosa Monzón
Javier Jesús Ramos Aparicio
María Concepción Monzón Navarro
Marco Aurelio Pérez Sánchez
José Miguel Bravo de Laguna Bermúdez
Aurora del Rosario Vela
Guacimara Medina Pérez
Miembros en 2023 hasta agosto

Carlos Álamo Cabrera
Augusto Hidalgo Macario
Minerva Carmen Alonso Santana
María Inés Miranda Navarro
Aridany Romero Vega
Teodoro Claret Sosa Monzón
Miguel Jesús Jorge Blanco
José Miguel Álamo Mendoza
Marco Aurelio Pérez Sánchez
Yeray Antonio Suárez Salem
Julio Miguel Rodríguez Márquez
Guacimara Medina Pérez
Miembros en 2023 desde agosto



Pedro Ortega Rodríguez
Santiago de Armas Fariña
José María Mañaricúa Aristondo
Sector empresarial

Secretario: **Luis Alfonso Manero Torres**
 Interventor: **José Juan Sánchez Arencibia**
 Interventora Delegada: **Ana Isabel Cruz Alemán**
 Director Gerente: **Pablo Llinares de Bethencourt**

Carlos Álamo Cabrera
Presidencia

Pablo Llinares de Bethencourt
Director Gerente

Rita Rivero Morán
Secretaria de Gerencia

María del Carmen Cruz Lecat
*Apoyo Jurídico al
Área de Promoción*

Eduardo Reyes Ojeda
Zoraida Betancor Santana
*Unidad de Análisis Turístico
y Conectividad Área*

Ana Guerra Vega
Pedro Julio Santana Saavedra
Servicio de Recursos Humanos

Ana Isabel Cruz Alemán
Juana Hidalgo Mejías
Intervención Delegada

Fernando Cardoso Culatto
Oscar Segovia Marrero
Luis Padilla Delgado
*Negociado de Comunicaciones,
Informática, Compras
y Mantenimiento*

Ricardo Medina Herrera
Rafael Suárez Morales
Milagrosa Hernández Caballero
Francisca Herrera García
Jacqueline Koumatse Quintana
Juan Manuel Luján Suárez
Esther Padrón Robaina
Lea Cuyás Padrón
Eduardo Suárez Rancel
Sección de Asuntos Generales

Vanessa Cáceres Harris
Laura Apolinario Monzón
Alicia Padrón Robaina
Inmaculada Delgado Trujillo
Asunción Pérez Ojeda
Carmen Rivero Santana
Andrés González Naranjo
Sandro Herrera Domínguez
Karima Valido Sosa
Emma Justo Navarro
Don Wu Wu
Yurena Pérez Lozano
Jesús Gil Guerra
*Oficina de Renovación y
Establecimientos Turísticos*

Elena Miranda Calderín
Sandra Franco Álvarez
Héctor Cabrera García
Fernando Díaz Jiménez
Reyes Chamizo Cabrera
Unidad de Comunicación Digital

Nieves Ramírez Bordón
María del Carmen González Ortega
Unidad de Información Turística

María del Pino León Boissier
Luis Padilla Macabeo
María de la Fe de León y Juan
María Rosario Arencibia Tost
Rosa Tejera Vega
Valentín González García
Juana Rosa Alemán Sánchez
Mercedes Trujillo Suárez
Noelia Medina Ojeda
Carmen Díaz Medina
Lorena López Molina
Sección de Promoción Turística

Paula Schlueter Parrilla
Cristina Santana García
María del Valle Díaz Guerra
Unidad de Branding

Reino Unido e Irlanda: **Katerina Bomshtein**
Alemania, Austria y Suiza alemana: **Fernando Arias**
Países Nórdicos y Bálticos: **Juan Fernando Suárez**
Promotores SPEGC

Polonia: **Magdalena Adamczyk**
Francia, Benelux y Suiza francesa: **Kris Bontinck**
España y Portugal: **Francisco Javier Ajeno**
Italia: **Silvia Donatiello**
Países CEIs: **Viktoria Ozarinskaia**
Servicios de Representación en el exterior

Ramón Alemán Lorenzo
Víctor González Vega
Francisco Matos Mayor
Miguel Torres Segura
Isidro Trujillo Alonso
Alexis Rodríguez Alvarado
María de los Ángeles García Naranjo
José Luis Hernández Arencibia
Personal de Campañas

25

INFORME ECONÓMICO FINANCIERO

BALANCE ECONÓMICO 2023



18.939.500,71€

PRESUPUESTO
APROBADO

1.656.534,52€

INCORPORACIÓN
DE REMANENTES

2.458.570,02€

MODIFICACIONES POR
NUEVAS APORTACIONES

23.054.605,25€

PRESUPUESTO
FINAL

86,15%

EJECUCIÓN
PRESUPUESTARIA

EJECUCIÓN POR CAPÍTULO		
Capítulo I: Gastos de Personal	3.110.496,52€	15,66%
Capítulo II: Gastos Corrientes	2.279.909,47€	11,48%
Capítulo III: Gastos Financieros	18.418,46€	0,09%
Capítulo IV: Transferencias Corrientes	1.697.636,57€	8,55%
Capítulo VI: Inversiones Reales	7.929.598,32€	39,92%
Capítulo VII: Transferencias de Capital	4.819.298,69€	24,26%
Capítulo VIII: Activos Financieros	67.648,10€	0,03%
Total	19.861.702,84€	100%

DESGLOSE DE INVERSIONES REALES (CAPÍTULO VI)		
Rehabilitación de Miradores	37.450,00€	0,47%
Instalaciones técnicas	2.885,44€	0,04%
Maquinaria	4.217,15€	0,05%
Mobiliario	47.112,54€	0,59%
Equipos para procesos de información	32.593,78€	0,41%
Edificios y otras construcciones	381.197,83€	4,81%
Accesibilidad y Modernización C.I.T.	67.648,10€	0,85%
Inversiones Mercado Peninsular	626.702,21€	7,90%
Inversiones Mercado Alemán – Austriaco	377.963,62€	4,77%
Inversiones Mercado Británico – Irlandés	522.146,61€	6,58%
Inversiones Mercado Nórdico	541.600,45€	6,83%
Inversiones Mercado Países del Este	149.024,40€	1,88%
Inversiones Mercado Francés, Benelux y Suiza	372.215,21€	4,69%
Inversiones Mercado Italiano	204.872,01€	2,58%
Inversiones en Mercado Polaco	103.002,09€	1,30%
Inversiones Mercados Emergentes	471.292,61€	5,94%
Inversiones en Conectividad Aérea	1.118.202,39€	14,10%
Inversiones Material de Imprenta	6.823,95€	0,09%
Inversiones Promoción Digital	57.849,64€	0,73%
Inversiones Promoción Segmentada	1.960.719,13€	24,73%
Inversiones en Marketing	332.015,84€	4,19%
Plan Promoción post Covid	104.807,66€	1,32%
Otros gastos en Invers. de Carácter Inmaterial	365.776,16€	4,61%
Gastos en Aplicaciones Informáticas	41.479,50€	0,52%
Total	7.929.598,32€	100%







 Turismo
Gran Canaria

TURISMO DE GRAN CANARIA

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

 MyGranCanaria
 visitGranCanaria
 visitgrancanaria
 turismoGC
 TurismoDeGranCanaria

REDES SOCIALES INSTITUCIONALES DE TURISMO DE GRAN CANARIA

 TurismodeGranCanaria
 GranCanariaTur
 GranCanariaTur
 grancanariaturismo

grancanaria.com

grancanaria.com/turismo
grancanaria.com/profesional
grancanaria.com/blog