



Ayuntamiento
de Las Palmas
de Gran Canaria



POLÍTICA TURÍSTICA PARA LAS PALMAS DE GRAN CANARIA 2016-2020

Febrero, 2016

**NUESTRA PROPUESTA:
CONSTRUIR ENTRE TODOS EL MODELO
DE CIUDAD TURÍSTICA QUE QUEREMOS**

LA VISIÓN: LA IMAGEN TURÍSTICA DESEADA PARA LA CIUDAD

POTENCIANDO EL CARÁCTER
URBANO DEL DESTINO,
POR SU PATRIMONIO, HISTORIA Y CULTURA

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA ES LA CIUDAD MÁS COSMOPOLITA DE LAS ISLAS CANARIAS

BAÑADA POR EL OCEANO ATLÁNTICO, SU CLIMA ES RECONOCIDO COMO UNO DE LOS MEJORES DEL MUNDO, LO QUE LA CONVIERTE EN UN DESTINO DESEADO DURANTE TODO EL AÑO

RODEADA DE PLAYAS URBANAS ÚNICAS, CON LAS CANTERAS COMO REFERENTE EUROPEO POR SU CARÁCTERÍSTICA ARENA Y POR LA CALIDAD DE SU AGUA

CON UNA DESTACADA OFERTA CULTURAL, DONDE LA MÚSICA Y LA ÓPERA SON PROTAGONISTAS DE SUS FESTIVALES A LO LARGO DEL AÑO

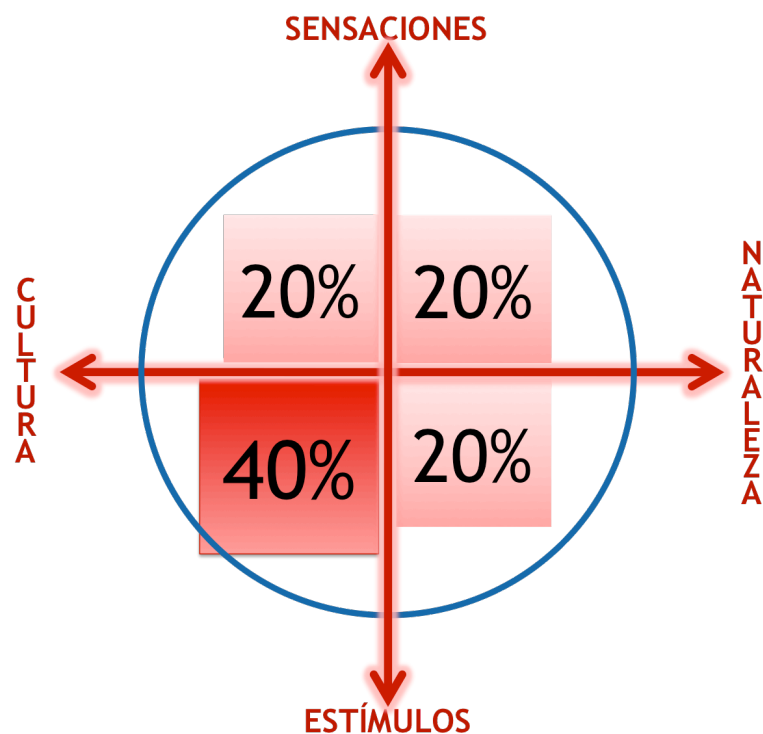
UNA CIUDAD LÚDICA Y AMABLE, CON EL CARNAVAL COMO GRAN FIESTA MULTICULTURAL ABIERTA A TODOS

SU CENTRO HISTÓRICO, PRESERVADO Y VIVO, QUE NOS HABLA DE OTROS TIEMPOS Y NOS MUESTRA LAS HUELLAS DE VISITANTES ILUSTRES

Y SU GENTE, CÁLIDA Y ACOGEDORA, QUE RECIBE AL TURISTA COMO A UN AMIGO ESPERADO

EL POSICIONAMIENTO: SIEMPRE COMPETITIVO

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA, EL PRIMER DESTINO URBANO DE LAS ISLAS CANARIAS



PROPÓSITOS

APUESTA POR LA CALIDAD vs. LA CANTIDAD

REDUCIR LA ESTACIONALIDAD Y MEJORAR LA OCUPACIÓN

AUMENTAR EL NÚMERO DE TURISTAS PENINSULARES DE NUESTROS MERCADOS PRINCIPALES:
PAÍS VASCO, NAVARRA, GALICIA, MADRID Y CATALUÑA

AUMENTAR EL INGRESO TURÍSTICO DE TURISTAS Y EXCURSIONISTAS

RENOVAR LA OFERTA: ESTRUCTURACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

REJUVENECER LA DEMANDA: TURISMO DEPORTIVO Y TURISMO DE EVENTOS

AUMENTAR LA DEMANDA FAMILIAR, PRINCIPALMENTE EN VERANO

DESTINO DE CONGRESOS Y REUNIONES

LA CIUDAD HA DADO UN GRAN PASO EN
ESTOS AÑOS....

PERO AHORA TIENE QUE DAR UN SALTO

PARA COMPETIR EN IGUALDAD DE CONDICIONES
CON OTRAS CIUDADES TURÍSTICAS

PARA INCREMENTAR SU NOTORIEDAD Y SU ATRACTIVO

PARA FORTALECER SU POSICIONAMIENTO COMO
EL PRIMER DESTINO URBANO DE LAS ISLAS CANARIAS

PARA CONSOLIDAR EL TURISMO
COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA ESTRATÉGICA

PARA GENERAR NUEVAS INVERSIONES Y PUESTOS DE TRABAJO



Ayuntamiento
de Las Palmas
de Gran Canaria



PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA: ACTUALIZANDO NUESTRA HOJA DE RUTA

Febrero, 2016

PRODUCTO
(EL QUÉ)

PROMOCIÓN
(EL CÓMO)

**SISTEMA DE
INFORMACIÓN**
(MEDIR LOS
RESULTADOS)

ORGANIZACIÓN
(LAS PERSONAS)

LO QUE LOS VISITANTES DEJAN EN LA CIUDAD...

EL GASTO TURÍSTICO:
LA ASIGNATURA
PENDIENTE E IMPRESCINDIBLE

EL TURISMO EN LA CIUDAD

1.574.275 VISITANTES

(dato provisional)



•El dato corresponde a los 9 primeros meses del año, enero-septiembre
Fuente: Istac y Gobierno de Canarias

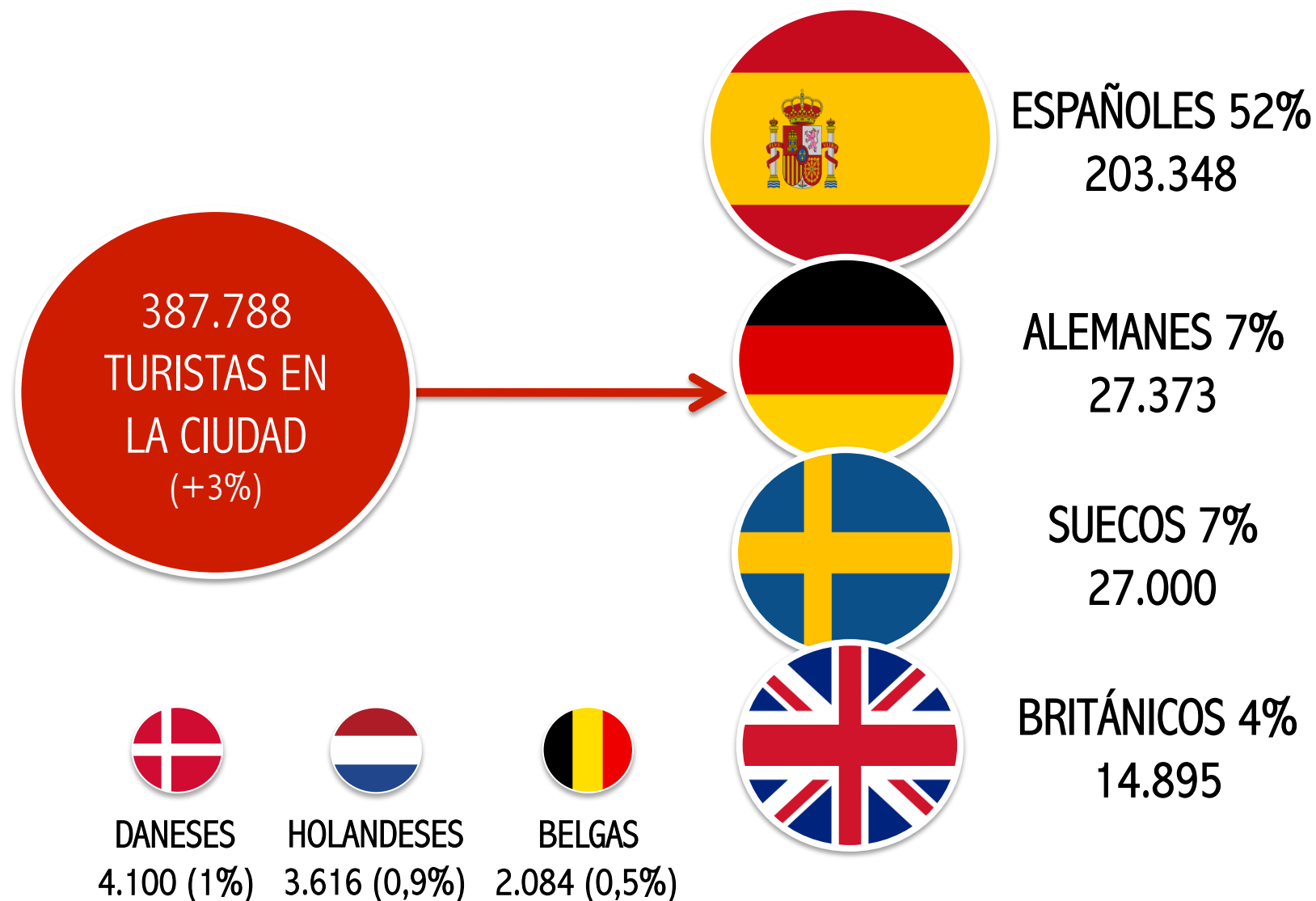
EL TURISMO EN LA CIUDAD



GASTO 2015 (ENERO-SEPTIEMBRE)	CANARIAS	GRAN CANARIA	LPA
GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA Y DÍA	131,32	134,94	139,63
GASTO MEDIO EN ORIGEN POR TURISTA Y DÍA	93,65	93,82	86,88
GASTO MEDIO EN DESTINO POR TURISTA Y DÍA	37,67	44,45	52,75

GASTO TOTAL DE LOS TURISTAS EN SU VIAJE = 181.391.909 €
GASTO TOTAL DE LOS TURISTAS EN DESTINO = 68.526.987 €

EL TURISMO EN LA CIUDAD



ACTUALIZACIÓN DE LOS ESTUDIOS DE OPINIÓN REALIZADOS

EL ESTUDIO AL **TURISTA POTENCIAL** DE LA PENÍNSULA

ENCUESTA TELEFÓNICA A 1.600 PERSONAS MAYORES DE EDAD, 200 EN CADA UNA DE LAS CIUDADES SIGUIENTES:

- MADRID
- BARCELONA
- BILBAO
- PAMPLONA
- OVIEDO
- SANTIAGO DE COMPOSTELA
- SEVILLA Y MÁLAGA



PARA CONOCER **LA IMAGEN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA COMO DESTINO TURÍSTICO** Y COMPARAR LOS RESULTADOS CON EL ESTUDIO REALIZADO EN 2008 (FINAL DE FEBRERO)

EL ESTUDIO CUALITATIVO AL TRADE TURÍSTICO

ENCUESTA ONLINE A REPRESENTANTES DE AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORES DE TURISMO DE LOS DIFERENTES MERCADOS PRIORITARIOS:

- PENÍNSULA (MADRID, CATALUÑA, ANDALUCÍA, EUSKADI, NAVARRA)
- ALEMANIA
- REINO UNIDO
- PAÍSES BAJOS
- FRANCIA
- PAÍSES NÓRDICOS

PARA CONOCER **LAS ACTITUDES Y PERCEPCIONES QUE SUSCITA LA CIUDAD** DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA COMO DESTINO TURÍSTICO, COMPARANDO LOS RESULTADOS CON LOS DE 2008

ESTUDIO DE OPINIÓN EN LAS OFICINAS ESPAÑOLAS DE TURISMO

ENCUESTA ONLINE A DIRECTORES/AS DE LAS OFICINAS ESPAÑOLAS DE TURISMO EN EUROPA:

- EUROPA DEL NORTE: DINAMARCA, SUECIA, FINLANDIA, ISLANDIA, REPÚBLICA DE IRLANDA, REINO UNIDO
- EUROPA CENTRAL: ALEMANIA, BÉLGICA-LUXEMBURGO, HOLANDA, AUSTRIA, SUIZA
- EUROPA DEL SUR: PORTUGAL, ITALIA, FRANCIA
- EUROPA DEL ESTE: RUSIA Y OTROS PAÍSES DE LA ANTIGUA URSS, POLONIA, REPÚBLICA CHECA, HUNGRÍA

PARA CONOCER **LAS ACTITUDES Y PERCEPCIONES QUE SUSCITA LA CIUDAD** DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA COMO DESTINO TURÍSTICO EN ESOS MERCADOS

ESTUDIO DE REPUTACIÓN ONLINE

EL PRIMERO DE ESTAS CARACTERÍSTICAS EN CANARIAS SOBRE UN DESTINO URBANO:

- CUATRO GRUPOS DE ESTUDIO: FAMILIAR, EXCURSIONISTAS, CRUCERISTAS, CARNAVAL
- ADEMÁS DE UN ESTUDIO GLOBAL 360° DEL DESTINO

LAS OPINIONES ESPONTÁNEAS QUE LOS TURISTAS MANIFIESTAN SOBRE LA CIUDAD Y SU EXPERIENCIA EN ALOJAMIENTOS, ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN Y LUGARES VISITADOS

PARA **CONOCER EL NIVEL DE SATISFACCION** RESPECTO A LA “EXPERIENCIA LPA” POR PARTE DE LOS VISITANTES Y CÓMO ÉSTA ES COMPARTIDA EN EL CANAL INTERNET

**PERO MIENTRAS, SEGUIMOS
TRABAJANDO...**

ACCIONES DE CARÁCTER URGENTE

PARA LA DINAMIZACIÓN DEL SECTOR Y LA MEJORA DE LA EXPERIENCIA TURÍSTICA:

- NUEVA **APP TURÍSTICA**: UNA NUEVA VISIÓN DE LA CIUDAD CON PROPUESTA DE NUEVAS RUTAS URBANAS
- NUEVAS **RUTAS ARQUITECTÓNICAS** PARA PONER EN VALOR NUESTRO PATRIMONIO, DESCUBRIENDO LA CIUDAD A TRAVÉS DE SU ARQUITECTURA Y SU HISTORIA
- **GUÍA** COMPLETA PARA TURISTAS, EXCURSIONISTAS Y CRUCERISTAS

ACCIONES DE CARÁCTER URGENTE

- ACTUALIZACIÓN **SEÑALÉTICA** PUERTO CANTERAS E IMPLANTACIÓN EN TRIANA: EN COORDINACIÓN Y COPRODUCCIÓN CON EL PATRONATO DE TURISMO
- ASISTENCIA A **FERIAS ESPECIALIZADAS**, JUNTO AL PATRONATO DE TURISMO: FITUR (MADRID), MATKA (HELSINKI), WTM (LONDRES), ITB (BERLÍN), DIVE TRAVEL SHOW (MADRID), SEATRADE (MIAMI)
- SELLO DE **TURISMO FAMILIAR**, CON TURESPAÑA
- NUEVA ESTRATEGIA **ONLINE**
- **NUEVOS PRODUCTOS** TURÍSTICOS: CIRCUITOS CUALIFICADOS, ACUARIO.....
- RECUPERACIÓN DE **ESPACIOS EMBLEMÁTICOS**

LA PARTICIPACIÓN DEL SECTOR, CLAVE PARA EL ÉXITO

**PRÓXIMA CONVOCATORIA
DE REUNIONES-TALLERES DE TRABAJO**



Las Palmas
de Gran Canaria



Ciudad de mar y culturas