

Referencia:	2025 / 5484
Asunto:	DAR CUENTA AL CONSEJO RECTOR DE LAS ACTUACIONES DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2025

Atendiendo a la providencia de la Vicepresidenta del Patronato de Turismo de Fuerteventura, Dña. Marlene Figueroa Martín, de fecha 17 de marzo de 2024, en la que solicita la elaboración de un resumen de las actuaciones realizadas por el Patronato de Turismo de Fuerteventura en el primer trimestre de 2025 para informar al Consejo Rector en la primera sesión que se celebre, se procede a emitir la siguiente,

PROPUESTA

Visto el artículo 13.2b) de los Estatutos del Patronato de Turismo de Fuerteventura en el que establece que corresponde al/a Gerente la competencia siguiente: “Formular los Planes y Programas de actuación, así como la Memoria anual de actividades”.

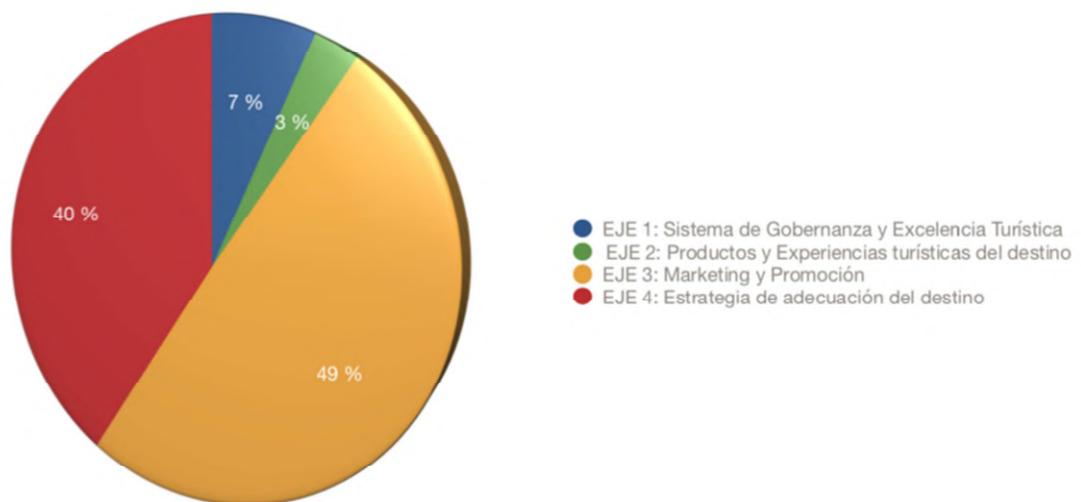
Visto que el puesto de Gerente del Patronato de Turismo de Fuerteventura se encuentra vacante, en virtud del Decreto de delegación de competencias de la Presidencia nº 36/2024 de fecha 26 de febrero de delegación de competencias se eleva al Consejo de Rector de este Organismo Autónomo la siguiente PROPUESTA:

Unico. Dar cuenta al Consejo Rector del Patronato de Turismo de Fuerteventura de las siguientes actuaciones realizadas por el Patronato de Turismo de Fuerteventura en el primer trimestre de 2025:



PLAN DE ACCIÓN.

Distribución financiera por Ejes Estratégicos PET-2025





PLAN DE ACCIÓN.

Ejes y Acciones PET 2025

EJE 1	SISTEMA DE GOBERNANZA Y EXCELENCIA TURÍSTICA	ESTRATEGIA GLOBAL: GESTIÓN, POSICIONAMIENTO E INTELIGENCIA TURÍSTICA
E1A1	Acciones de Comunicación Externa y Marca	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña de comunicación global con acciones de marketing generalistas y específicas • Mesa de la Comunicación • Portal de Transparencia y de información turística • Promotores exteriores • Patrocinios • Campaña Inter-Islas Canarias • Ferias y Jornadas profesionales generalistas • Atención a Fam y Press Trip
E1A2	Acciones de Comunicación Interna	<ul style="list-style-type: none"> • Sinergias territoriales y con los municipios de la Isla • Premios al emprendiendo y la excelencia en el sector • Cátedra de Turismo/Apoyo al Módulo de Formación Profesional de Turismo • Refuerzo promocional a Fuerteventura Film Commission
E1A3	Acciones de Estrategia Territorial	<ul style="list-style-type: none"> • Mesa de Cooperación Municipal • Club de Productos y Servicios • Señalética turística • Mesas de Expertos / Turismo sostenible / la función social del turismo • Alianzas estratégicas: OMT, NTA, ECM, ETOA, Secretaría de Estado, Segittur, Promotor, etc
E1A4	Acciones de Marketing Digital	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento de buscadores SEO y analítica web • Concurso de fotografía Marca Fuerteventura • Control reputaciones ON LINE y OFF LINE
E1A5	Acciones de Inteligencia Turística	<ul style="list-style-type: none"> • Newsletter de comunicación directa con profesionales del sector • Observatorio Turístico Acuerdo con ULPGC • Cuadro de Mando Integral con seguimiento periódico y vinculado a las encuestas de calidad y percepción



PLAN DE ACCIÓN.

Ejes y Acciones PET 2025

EJE 2	PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS DEL DESTINO	ESTRATEGIA POR SEGMENTOS Y MERCADOS
E2A1	Acciones específicas para productos clave	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo Azul "Fuerteventura Blue Destination" y Clubes de Producto • Desarrollo de acuerdo con Marca Saborea España para impulsar Saborea Fuerteventura y participación en Madrid Fusion y otras ferias. Acciones específicas para impulsar turismo Gastronómico y consumo de Producto Local • Desarrollo del Destino Turístico Inteligente (DTI). Estrategia de colaboración con SEGITTUR • Turismo Activo y Deportivo. Fuerteventura "cancha natural" para la práctica de deportes al aire libre todo el año. • Estrategia de colaboración con TURESPAÑA para la promoción en mercados estratégicos: prioridad UK, Alemania, Centro Europa, Países Escandinavos y mercados emisores emergentes • Turismo Starligh, especial atención a este segmento, sensibilización en el destino y atracción de turistas • Turismo de Naturaleza en colaboración con la Reserva de la Biosfera y la Estrategia de Economía Azul
E2A2	Acciones específicas para productos complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Alianza con Spain Convention Bureau • Elaboración de dossier de recursos y producto MICE Fuerteventura, Participación Ferias especializadas MICE • Impulso al turismo de Salud y Bienestar, Senior/Silver y Lujo • Análisis y Diagnóstico de oportunidades de diversificación y revalorización de recursos
EJE 3	MARKETING Y PROMOCIÓN	ESTRATEGIA DE EXCELENCIA TURÍSTICA
E3A1	Acciones de impulso a las Certificaciones de Calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Impulso al SICTED • Certificaciones Q y Banderas Azules para playas • Facilitar acceso a Certificaciones ISO
E3A2	Acciones de reconocimiento como Destino Turístico Sostenible	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación la Sostenibilidad (Sello de Reserva de la Biosfera, Biosphere y/o similar) • Certificación UNWTO, QUEST (OMT) • Green Destination, Quality Coast • Congreso / Simpósio de Desarrollo Sostenible (19 y 20 junio 2025) con ULPGC y Univ. Greenwich
E3A3	Acciones de Excelencia en la atención al turista	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de concienciación turismo responsable (para ciudadanos residentes y turistas) • Actualización de Manuales de Buenas prácticas



PLAN DE ACCIÓN.

Ejes y Acciones PET 2025

EJE 4	ESTRATEGIA DE ADECUACIÓN DEL DESTINO	ESTRATEGIA DE CONECTIVIDAD
E4A1	Conexiones aéreas	<ul style="list-style-type: none"> • Comarketing con líneas aéreas y turoperadores • Captación de nuevas rutas y más frecuencias, especial refuerzo a la conectividad aérea regular
E4A2	Acciones de revalorización, impulso y promoción de los puertos de la Isla	<ul style="list-style-type: none"> • Comarketing con Navieras de Cruceros • Atracción de actividad hacia los puertos deportivos de la Isla