

Turismo – Canarias Destino: Estrategia compartida de transformación del modelo turístico de las Islas Canarias

DESAFÍO

En 2020, la grave pandemia provocada por el covid-19 ha afectado profundamente a la actividad turística de todo el planeta. En las islas canarias, la pandemia ha llevado al límite la capacidad de resistencia de sus empresas y de su capital humano e, incluso, de su propio modelo productivo.

Activando estrategias como “Canarias fortaleza” se ha podido realizar un plan de choque necesario en momentos de pandemia. En el futuro el turismo regresará. En toda Europa, millones de personas volverán a disfrutar de sus vacaciones en sus destinos favoritos, una vez controlada la pandemia. Viajar, conocer nuevos lugares y desconectar del día a día, seguirán formando parte de las necesidades de quienes vivimos en la sociedad contemporánea.

Pero es ahora, cuando la evolución de la vacunación dibuja un escenario cierto de control de la pandemia, las incertidumbres parecen aminorarse y la reactivación se presenta como una realidad favorable, cuando más necesario es entender y reaccionar a los cambios que el turismo poscovid pondrá de manifiesto, más allá de los meses inmediatos.

Se inicia un nuevo ciclo turístico a nivel internacional y debemos iniciar el proceso de transformación que se requiere, para que el turismo canario continúe siendo competitivo. No es posible seguir poniendo el foco únicamente en el número de visitantes. No es, al menos, el indicador principal.

SÍNTESIS

Canarias Destino es la estrategia de transformación que Turismo de Canarias propone al sector y al resto de agentes del ecosistema turístico canario, incluidas las distintas Administraciones insulares y locales del archipiélago y la ciudadanía en su conjunto, para construir, a lo largo de los próximos años, un turismo más competitivo a través de una mejora de su resiliencia, un mayor compromiso con la neutralidad climática y una potenciación de su capacidad de generar valor, en favor de la ciudadanía y las empresas de Canarias.

Si bien a corto plazo la reactivación de la actividad turística pasa por la recuperación progresiva del volumen de negocio propio del periodo precovid, a medio y largo plazo la competitividad de

Canarias como destino turístico no puede continuar dependiendo únicamente del crecimiento constante, en número de plazas alojativas y en vuelos con destino a las Islas. La “nueva competitividad” exigirá una sólida capacidad de adaptación a los cambios del nuevo ciclo turístico que se inicia.

DESARROLLO DE MEDIDAS

La estrategia Canarias Destino pretende alcanzar tres objetivos básicos y principales para la transformación del modelo turístico canario.

Objetivo 1: La mejora de su resiliencia

Cuando los expertos comienzan a definir el futuro pospandemia como un mundo BANI (acrónimo en inglés de frágil, ansioso, no lineal e incomprensible), la única opción es incrementar la capacidad de prevención y adaptación de nuestro modelo turístico ante los cambios que están por venir.

Objetivo 2: El incremento de su compromiso con la neutralidad climática.

En consonancia con los ODS y la Agenda 2030, las expectativas de nuestros visitantes y el futuro que queremos para nuestros hijos e hijas, debemos incrementar nuestro compromiso con la reducción de las emisiones de carbono de las actividades vinculadas al turismo.

Objetivo 3: La potenciación de su capacidad de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de Canarias

El éxito de nuestro modelo turístico pasa por hacer que el resto de la actividad económica de Canarias aproveche más y mejor la tracción que puede llegar a ofrecer en términos de generación de riqueza, empleo y bienestar social extendiendo su cadena de valor al resto de sectores y potenciando su capacidad de innovación.

Para alcanzar estos tres objetivos, la estrategia Canarias Destino se organiza en torno a ocho ejes transversales de actuación.

Eje 1: El liderazgo digital.

La digital no es solo una tecnología para la mejora de procesos y potenciación de la promoción. Con un potencial de aceleración de la obsolescencia más que acreditado, la digitalización es el elemento clave para la transformación de nuestro modelo turístico. Solo desde una perspectiva

compartida de liderazgo digital a nivel global es posible desarrollar esa transformación y garantizar la competitividad futura de Canarias.

Eje 2: La conexión directa con el visitante.

El corazón de toda nuestra actividad turística se concentra en los deseos y las emociones de las personas que nos visitan. Si no somos capaces de ser relevantes en ese delicado territorio de intangibles, ninguna estrategia podrá compensarlo. Por eso, establecer y desarrollar con ellas una conexión directa, que nos permita conocer y responder a sus intereses y expectativas, es un objetivo irrenunciable.

Eje 3: La gestión del conocimiento.

El acceso a la información, y la transformación de esta en valor, es una poderosa herramienta competitiva. “La información es poder” es una expresión de renovada actualidad a medida que la tecnología acelera los procesos de captación y explotación. Desde un enfoque abierto y transparente, abierto a la colaboración y compartición, debemos convertir la inteligencia turística en una de nuestras fortalezas.

Eje 4: La innovación y la creatividad.

El liderazgo que hemos alcanzado debe mucho a las excepcionales condiciones naturales y climáticas de nuestras islas, pero también a la visión de muchas personas y organizaciones con espíritu emprendedor. Ahora, cuando se acrecientan los cambios en el consumo turístico, y la madurez de destinos como el nuestro parece convertirse en una amenaza, debemos responder con mayor carácter innovador y más creatividad.

Eje 5: La extensión y cohesión de la cadena de valor.

Incrementar la presencia del “componente canario” en todas las prestaciones turísticas, desde el alojamiento a la restauración o el ocio, y fomentar que sus beneficios alcancen a más personas, actividades y territorios, hará nuestro turismo más justo, más querido y más nuestro. E igualmente más competitivo y sostenible y, por tanto, más atractivo para nuestros potenciales visitantes.

Eje 6: El aprendizaje y la iteración constante.

No tenemos todas las respuestas. Nadie las tiene. Frente a esta situación de alta incertidumbre debemos asumir un escenario de cambio constante y potenciar nuestras capacidades de adaptación a partir de la anticipación de tendencias internacionales, la formación de nuestros

profesionales en competencias y habilidades de gestión del cambio y la flexibilización de todos nuestros procesos.

Eje 7: El empoderamiento del destino.

El turismo es una actividad compleja de dimensión global caracterizada por la dicotomía origen-destino. En ella, los destinos han estado tradicionalmente, y Canarias no es una excepción, en una posición supeditada a objetivos externos. El reto hoy es superar esa dicotomía para alcanzar un mayor grado de control de todo el proceso productivo turístico desde la confluencia y la cooperación con el resto de agentes implicados.

Eje 8: La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada.

La diversidad de destinos y recursos que ofrece el archipiélago es una fortaleza que ha contribuido decididamente a nuestra trayectoria histórica. Pero, si no se gestiona con inteligencia, la diversidad puede conllevar también dispersión de esfuerzos, derroche de recursos e ineficiencias. La cogobernanza y la colaboración son las herramientas a impulsar para evitar estos riesgos sin menoscabo del valor de nuestra diversidad.

TIEMPO DE IMPLEMENTACIÓN

El Plan se desarrollará en el período 2021- 2026

APLICACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

Tanto la Comunidad Valenciana como Canarias tienen una fuerte apuesta por el turismo, el cambio de visión y modelo estratégico que sigue Canarias puede dar un nuevo impulso a este sector en la Comunidad Valenciana.

INFORMACIÓN ADICIONAL Y LINKS DE CONSULTA

□ Plan Estratégico:

https://turismodeislascanarias.com/sites/all/themes/turismodecanarias/files/turismocanarias2026/pdf/023_Present_PlanEstrategico2026__.pdf