

BASE PARA EL DOCUMENTO:

P

**Plan de Canarias
para el Turismo 2025**

RESUMEN EJECUTIVO

1. OBJETO Y OBJETIVOS

El Plan Estratégico de Canarias para el Turismo (PECT 2025), tiene como objeto **definir los elementos y procesos estructurales del modelo turístico canario**, para desarrollar la hoja de ruta del destino con dos horizontes temporales: **2025 y 2040**. El mismo se desarrolla partiendo de 4 objetivos:

- Convertir el Plan en un **instrumento de consenso**.
- Hacer que el territorio y su **sostenibilidad** sean un **atributo** medular.
- Conseguir que la actividad turística lidere el **desarrollo social**.
- Provocar una aceleración y modificación del ecosistema turístico mediante **avances tecnológicos**.

2. METODOLOGÍA

Los trabajos de implementación del mismo se han desarrollado en tres fases a lo largo de 6 meses. Con una fase central con una importante carga en el proceso participativo.

La participación ha contado con diversos agentes del territorio:

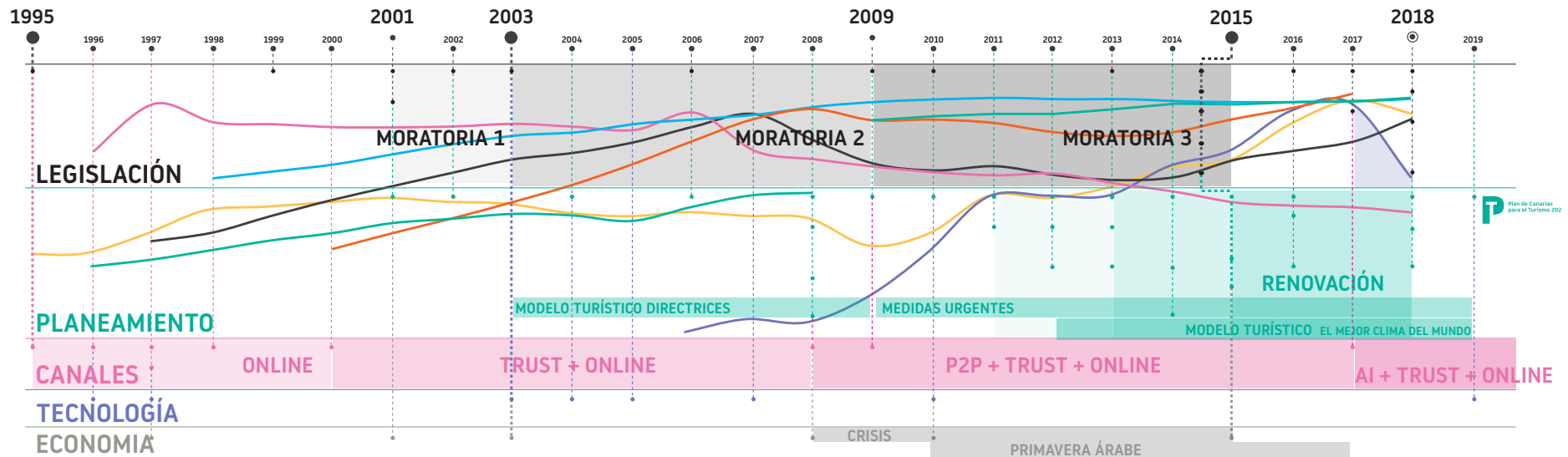
- **56 entrevistas**
- **7 mesas técnicas**
- **7 mesas transversales (1 por isla):** 10 ámbitos de estudio del PECT 2025.
- **240 cuestionarios**
- **7 votaciones electrónicas (1 por isla):** priorización de programas y acciones.

3. CONTEXTO TEMPORAL

El PECT 2025 ha abordado de forma inicial los documentos de **antecedentes de legislación y planificación turística** del territorio, tanto a nivel internacional, regional, insular como municipal, con el fin de examinar:

- El estado de la cuestión de la **regulación** que afecta a toda la cadena de valor turística.
- Los **planes y estrategias** con los que el PECT 2025 debe interactuar y con los que se debe coordinar.

Asimismo se ha analizado **la actividad propiamente dicha y los agentes** que participan directa o indirectamente de ella.



LEGISLACIÓN / REGULACIÓN:

- Ley 1995 Turismo de Canarias
- 1ª Moratoria: 2001-2003
- 2ª Moratoria: 2003-2009
- 3ª Moratoria: 2009-2015

PLANEAMIENTO / MODELO TURÍSTICO:

- DOT 2003: la contención del crecimiento / la capacidad de carga
- Ley 6/2009, Ley 2/2013 y Ley 9/2015: renovación y modernización (17 PMM's / 44.260 plazas turísticas / 9.833 actuaciones en alojamientos)
- Plan Estratégico Promocional de las Islas Canarias 2012-2016: el turista en el centro de la estrategia / la exportación de conocimiento

TECNOLOGÍA:

- 1997 Internet + Liberalización del sector aéreo: Low cost

CANALES:

- 1997 OTA'S
- 2010 P2P
- 2017 Gatekeepers

ECONOMÍA:

- 2008-2015 Crisis
- 2010-2017 Primavera Árabe

INDICADORES TURÍSTICOS / EVOLUCIÓN:

- Turistas extranjeros: **88,85%** sobre el total (2018)
- Plazas hoteleras: 250.042 (2018) **+7,2%** (2009-2018)
- Plazas extrahoteleras: 163.985 (2018) **-22,67%** (1996-2018)
- Turistas todo incluido: **14,16%** (2006), **31,13%** (2016) y **24,10%** (2018)
- Población: 2.127.685 (2018) **+32,07%** (1996-2018)
- Ocupados en turismo: **40,3%** (Empleo turismo directo e indirecto 2017)
- Variación PIB España: **-3,6%**(2009), **-1,7%**(2013) y **+2,6%**(2018)

4. EL TURISMO NUESTRO MOTOR DE BIENESTAR. 2018

Población y Economía

2.420.534 población equivalente 2018

2.127.685 habitantes (**11,71%** extranjeros)

292.849 población turística equivalente en establecimientos reglados (**12%** del total)

285,71 hab/km²

8 ciudades de más de 50.000 hab. (**52,00%** habitantes)

15.573 M€ PIB turístico año 2017 (**35,2%** del PIB)

1.141.580 Población activa

228.210 Parados / Población activa (**19,99%**)

2.349M€ impuestos recaudados provenientes de la actividad turística

40,3% del empleo (directo e indirecto) de Canarias generado por el turismo

Territorio

40,4% superficie protegida

7.446,95 km²

4 parques nacionales (**4,40 %** del territorio)

11 parques naturales (**14,91%** del territorio)

209,37 Km de playas (**579** payas)

49,58 Km de playas urbanas (**140** palyas Urbanas)

Empresas

54,9% Comercio; transporte; hostelería; información y comunicaciones; artístico y entretenimiento.
(CNAE: G, H, I, J,R)

128.977 empresas activas

11,2% empresas en la construcción

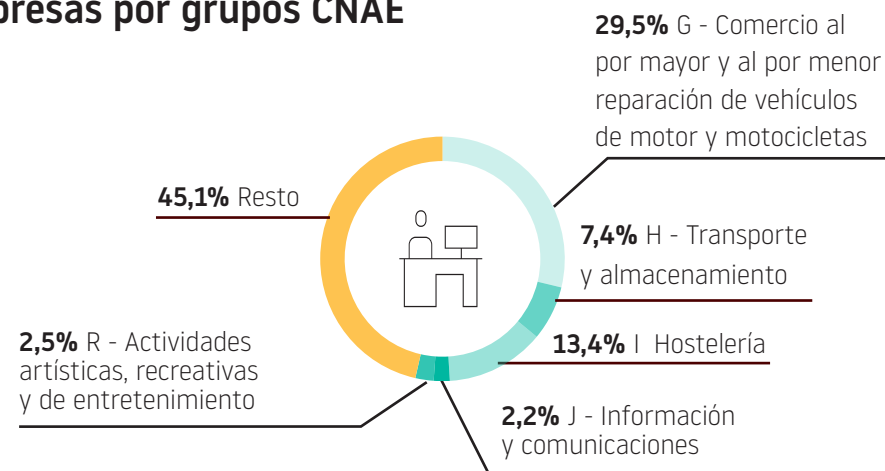
2.106 empresas de formación (**1,6%**)

5.061 empresas facturación 5M (**3,9%**)

345 empresas IT

164 empresas IT de menos de 5 años de antigüedad / empresas IT: (**47,5%**)

Empresas por grupos CNAE



Demanda

15.559.787 turistas (**88,85%** extranjeros)

106.889.855 pernoctaciones en establecimientos reglados
7,53 noches de estancia media en establecimientos reglados
140,18€ gasto medio turista/día (**39,03€** en destino)
8,56 valoración media del destino (ISTAC)

Oferta

553.634 total plazas ofertadas*

414.027 plazas en oferta reglada
139.607 plazas en viviendas vacacionales (regladas y no regladas)
79,39% tasa de ocupación en establecimientos reglados
15,15 empleos por cada 100 plazas ofertadas regladas
92,91€ ADR hotelero
59,68€ ADR extrahotelero
76.69€ RevPar hotelero
43,74€ RevPar extrahotelero
48.079 plazas de apartamentos perdidas en el periodo 1996-2018

Renovación

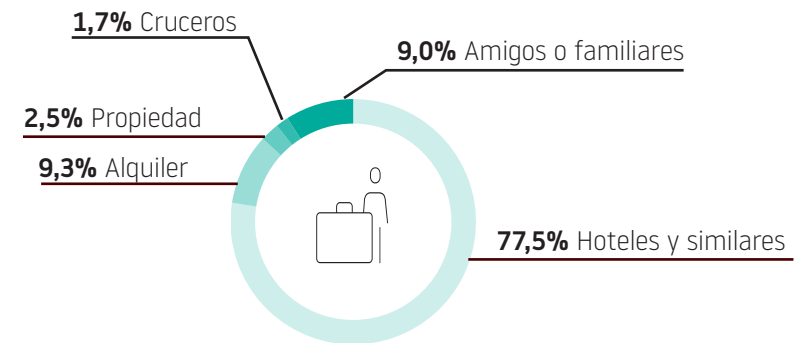
44.260 plazas renovadas (**98** edificios)

16 Planes de Modernización, Mejora e incremento de la competitividad, aprobados (+ 1)**

* Plazas oferta reglada (turidata) + plazas vivienda vacacional (regladas y no regladas)

** PMM de San Bartolomé de Tirajana anulado por el Tribunal Supremo (2018)

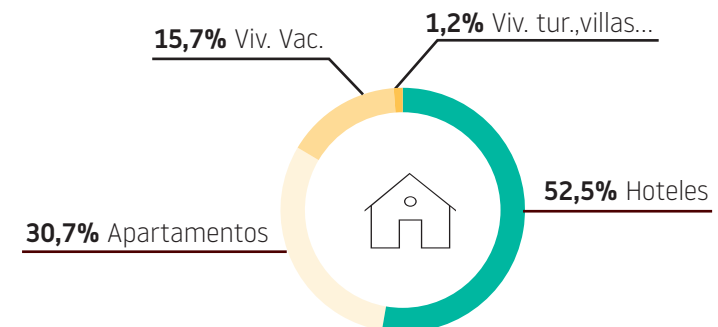
Turistas por tipo de alojamiento



Unidades de alojamiento por tipo de alojamiento

Unidades apartamentos y hoteles: Habitaciones

Unidades viviendas vacacionales, viviendas turísticas y villas: Viviendas



5. RETOS

En el contexto internacional, el PECT 2025 identifica 5 grandes retos:

1. **El cambio climático:** mantener el aumento de la temperatura mundial muy por debajo de los 2 °C sobre los niveles preindustriales.
2. **Inestabilidad global geopolítica:** La inestabilidad global se prevé produzca una tercera recesión que afectará a la demanda del turismo.
3. **El aumento de la clase media global:** el 30% de peso de la clase media de la población global pasará al 60% en el año 2030.
4. **Nueva revolución industrial:** definida por tres tecnologías principales: la biomédica, la verde o eco-eficiente, y la digital.
5. **Nuevo paradigma social:** ha cambiado el paradigma clásico de definición de mercado, por uno multidimensional de generación de demanda.

En el contexto local, define 6 grandes retos a los que se enfrenta el destino:

1. **El consenso:** una estrategia compartida para hacer frente a un futuro competitivo que integre políticas cualitativas y sostenibles.
2. **La formación y el beneficio social:** crecimiento del 20,14% del empleo (2010-2018), pero la cuota de paro se mantiene en 19,9% (2018).
3. **Los límites ambientales:** La tecnología y el conocimiento deben abordar una nueva forma de reducir la huella de la acción humana en el territorio.
4. **Los nuevos turistas digitales y la sensibilidad medioambiental:** 48,71% de turistas hicieron excursiones para recorrer la isla visitada.
5. **Activar el territorio:** 17 PMM's, renovación de 44.260 plazas turísticas, 9.833 actuaciones en establecimientos de alojamiento.
6. **Móviles, datos y plataformización:** los destinos se enfrentan al reto de saber adquirir información, analizarla y convertirla en valor.

6. EL PECT 2025

El PECT 2025 se propone desde la visión de abordar unos tiempos de enorme aceleración en los cambios del sector turístico a nivel global. Se plantea como **el diseño de un proceso**, que permita a Canarias liderar de una forma dinámica el rol que el turismo debe jugar en su propio futuro.

Toma como punto de referencia el modelo turístico definido en el año 2012, por el Plan Estratégico Promocional Islas Canarias 2012-2016, impulsado por Promotur Turismo de Canarias. En el mismo se identifican dos orientaciones básicas: considerar **al turismo como motor económico de las islas**, y orientar la estrategia turística en **la demanda (en el turista)**; y la propuesta de un nuevo posicionamiento diferencial para Canarias: **el mejor clima del mundo**.

Promotur actualizó su estrategia este **año 2019** y, en coordinación con la redacción de este Plan, se **integra como parte estructural del PECT 2025**, definiendo su **Modelo de Generación de Demanda**. Partiendo de una marca consolidada - Islas Canarias-, se define el Modelo de Generación de Demanda a partir de tres componenets básicos y principales:

- **El enfoque competitivo:** de segmentación de mercados
- **La propuesta de valor:** del destino
- **El Customer Journey:** identificar los tiempos de comunicación en función del momento del viaje, desde su ensoñación hasta su regreso a casa.

Sobre esta base, el PECT 2025 propone actualizar el concepto estático de **modelo**, por un concepto más dinámico como el de **proceso**. El Plan se suma y es sensible a un destino con múltiples destinos y velocidades. Estructura este **proceso** sobre tres pilares:

- **La gobernanza:** instrumentos de gobernanza ágil, herramientas de inteligencia, consenso científico y técnico, cooperación y coordinación, criterios e información para la coordinación y cooperación con administraciones suprarregionales y regionales.
- **La inteligencia:** digitalización del destino, la datificación, la inteligencia humana: formación, la calidad del empleo, el emprendimiento, la identidad y la cultura, la innovación, el conocimiento, la atracción de nuevo talento.
- **La sostenibilidad:** descarbonización, el plástico 0 y la gestión circular de los residuos; la eficiencia energética y las energías renovables; la mitigación y adaptación al cambio climático; la movilidad sostenible; y el principio de economía circular.

7. LA MATRIZ DEL PECT 2025

La estructura del Plan se plantea en forma de matriz compuesta por seis (6) ejes, cuyos cruces determinan nueve (9) estrategias. Las nueve estrategias se despliegan a su vez en 34 programas (más 7 programas insulares), y 95 acciones.

Tres ejes horizontales que definen los entornos de gestión del turismo:

- **Eje gestión y marketing de destinos:** estructura la gestión interna del turismo a partir de los tres grandes pilares del Plan.
- **Eje origen:** integra la gestión de acciones el entorno exterior a nuestro territorio.
- **Eje destino:** integra las acciones en el entorno de Canarias.

Tres ejes verticales definen los ámbitos de acción del Plan:

- **Eje gobernanza:** organiza los ámbitos de acción de las tres escalas de la gobernanza: la suprarregional, la interna y la de Canarias.
- **Eje inteligencia:** ámbitos referidos a la generación de demanda; la datificación, digitalización, innovación y conocimiento; y la sociedad local.
- **Eje medioambiental:** recoge los ámbitos de la internacionalización, la sostenibilidad ambiental y la competitividad del espacio físico del destino.

Las 3 estrategias del **eje gobernanza** son:

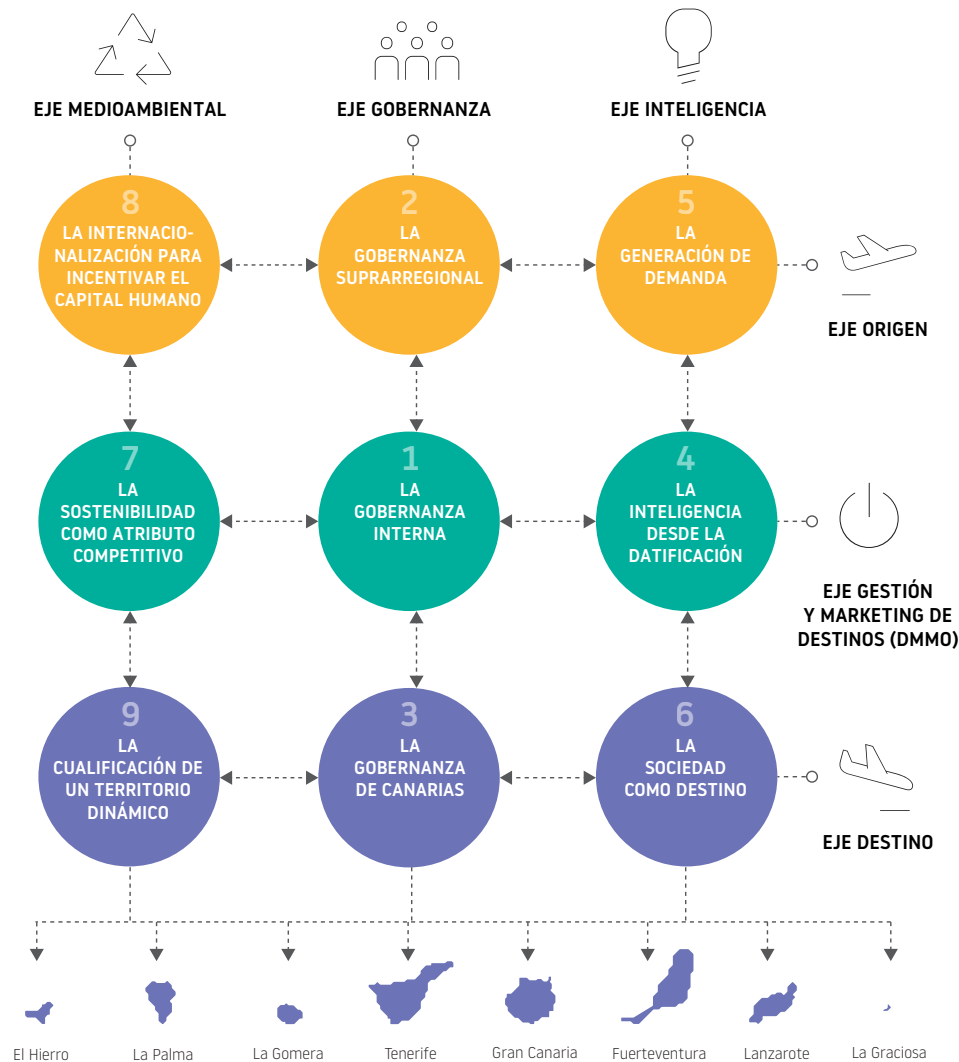
- La gobernanza interna.
- La gobernanza suprarregional.
- La gobernanza de Canarias.

Las 3 estrategias definidas del **eje inteligencia** son:

- La inteligencia desde la datificación.
- La generación de demanda.
- La sociedad como destino.

Las 3 estrategias del **eje medioambiental** son:

- La sostenibilidad como atributo competitivo.
- La internacionalización para incentivar el capital humano.
- La cualificación de un territorio dinámico.



8. LA IMPLANTACIÓN

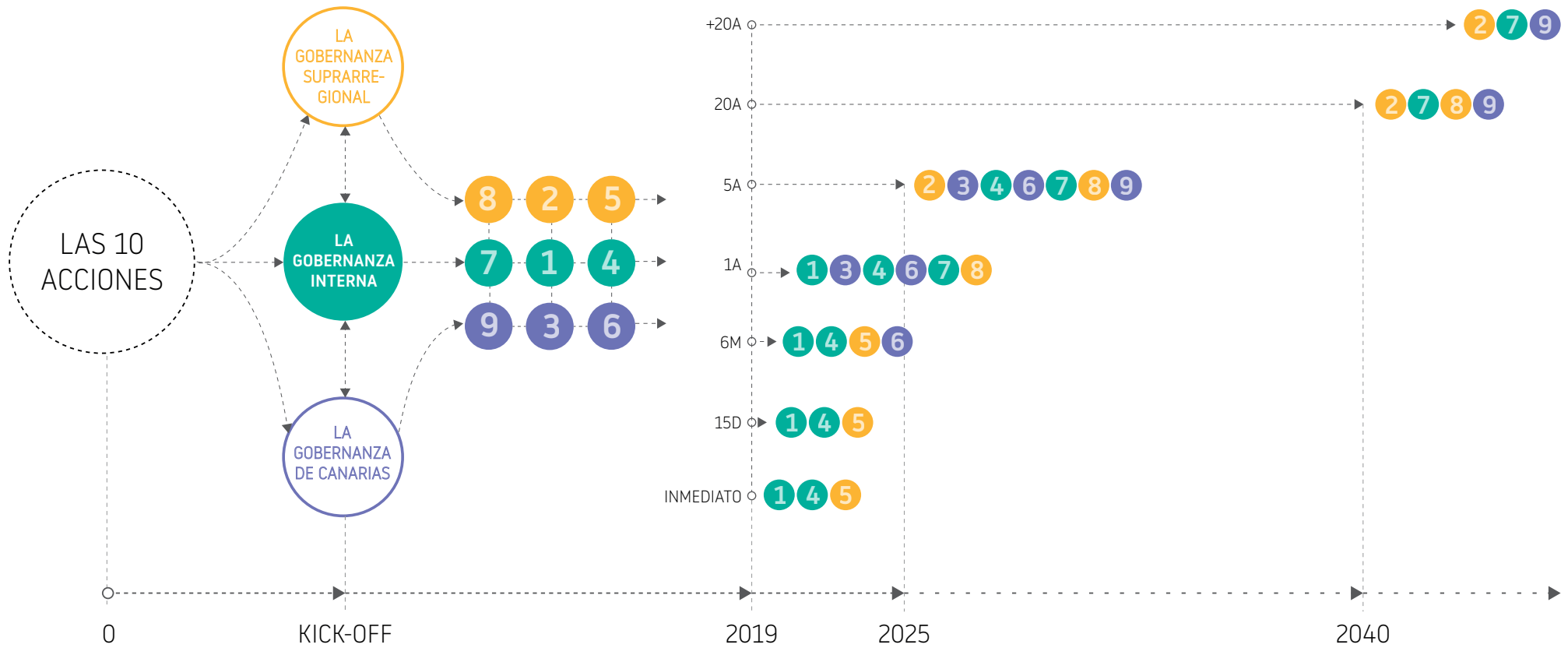
El PECT 2025, está pensado como un instrumento operativo. Por ello la estructura de las acciones no se define en un calendario fijo. Las mismas se han priorizado por importancia cualitativa, y temporal. Así se propone una puesta en marcha del mismo en tres fases:

- **Fase de implementación inmediata** a través de **10 acciones**.
- **Fase de puesta en marcha** de los **instrumentos técnicos de gobernanza** que permitan asesorar a la administración turística en la valoración y priorización de las acciones a desarrollar.
- **Fase de implementación del Plan** propiamente dicho.

El PECT 2025 propone un ámbito temporal (horquillas temporales) que indican la repercusión de la toma de decisiones en el tiempo:

- Decisiones inmediatas
- Decisiones a corto plazo con repercusión a largo plazo
- Decisiones a largo plazo con repercusión a horizonte temporal lejano

ALCANCE TEMPORAL DE LAS ACCIONES



9. LAS 10 ACCIONES

1

FORMACIÓN BILINGÜE:

6.2.2 Programa para la formación en idiomas de profesores en toda la cadena de valor de la enseñanza

2

FORMACIÓN DUAL:

6.2.3 Comisión para la Formación en Turismo / Implantación de la formación Dual en la FP

3

CONECTIVIDAD:

5.3.1 Pleno desarrollo del fondo de vuelos para consolidar y ampliar la conectividad aérea con Europa y, también, con el resto del mundo

4

CAMBIO CLIMÁTICO:

7.5.2 Pacto por el Turismo para la descarbonización, la eficiencia energética y el Cambio Climático

5

PLÁSTICO 0:

7.1.1 Proyecto para la transformación de Canarias en destino turístico Plástico 0

LA
SOCIEDAD
COMO DESTINO

LA
GENERACIÓN
DE DEMANDA

LA
SOSTENIBILIDAD
COMO ATRIBUTO
COMPETITIVO

6

VIVIENDA VACACIONAL:

3.2.2 Creación de oficina técnica de asesoramiento a municipios y cabildos para la ordenación urbanística de las viviendas vacacionales

7

PITCAN:

3.2.1 Creación de la mesa técnica del PITCAN con cabildos y municipios, para la actualización de sus indicadores de priorización

8

OFICINA DE CONSULTA:

3.2.3 Creación de oficina de consulta (asesoramiento) jurídico-técnica para la dinamización de proyectos de interés autonómico

9

INTERCAMBIO DE DATOS:

4.1.1 Plan de alianza público-privada para compartir datos / Inclusión de cesión de datos en los contratos de la administración con operadores

10

GESTIÓN DE LICENCIAS TURÍSTICAS:

4.2.3 Proyecto de sistema digital interadministrativo para la gestión de licencias turísticas

LA
GOBERNANZA
DE CANARIAS

LA
INTELIGENCIA
DESDE LA
DATIFICACIÓN

10. EJES, ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS

Eje gobernanza:

Estrategia 1: La gobernanza interna

- Programa 1.1: Instrumentos de representación estratégica
- Programa 1.2: Instrumentos de asesoramiento a Turismo
- Programa 1.3: Instrumentos de coordinación intra-administrativa

Estrategia 2: La gobernanza suprarregional

- Programa 2.1: Cooperación y alineación con la Unión Europea
- Programa 2.2: Coordinación con el Estado
- Programa 2.3: Colaboración con agentes suprarregionales

Estrategia 3: La Gobernanza de Canarias

- Programa 3.1: Ordenación turística
- Programa 3.2: Instrumentos para una gestión ágil del turismo en el territorio
- Programa 3.3: La cooperación público-privada/privada-privada
 - Programa 3. El Hierro
 - Programa 3. Lanzarote
 - Programa 3. Fuerteventura
 - Programa 3. La Palma
 - Programa 3. Gran Canaria
 - Programa 3. Tenerife
 - Programa 3. La Gomera

Eje inteligencia:

Estrategia 4: La inteligencia desde la datificación

- Programa 4.1: La Datificación
- Programa 4.2: La Digitalización
- Programa 4.3: La Innovación
- Programa 4.4: El Conocimiento
- Programa 4.5: La Transferencia tecnológica

Estrategia 5: La generación de demanda

- Programa 5.1: Enfoque competitivo (Mercados)
- Programa 5.2: La conectividad interinsular
- Programa 5.3: La conectividad europea e internacional

Estrategia 6: La sociedad como destino

- Programa 6.1: La autoestima social
- Programa 6.2: La formación y el empleo
- Programa 6.3: La Calidad de la oferta
- Programa 6.4: La transversalidad económica (cadenas de valor)
- Programa 6.5: La cadena de valor del paisaje

Eje sostenibilidad:

Estrategia 7: La sostenibilidad como atributo competitivo

- Programa 7.1: Descarbonización, Plástico 0 y gestión circular de residuos
- Programa 7.2: Eficiencia energética y energías renovables
- Programa 7.3: Mitigación y adaptación al cambio climático
- Programa 7.4: Movilidad sostenible
- Programa 7.5: Metabolismo territorial circular

Estrategia 8: La internacionalización para incentivar el capital humano

- Programa 8.1: Canarias como HUB regional
- Programa 8.2: La exportación (Output)
- Programa 8.3: La atracción (Input)

Estrategia 9: La cualificación de un territorio dinámico

- Programa 9.1: La renovación de zonas turísticas
- Programa 9.2: Infraestructuras
- Programa 9.3: Cualificación del espacio turístico
- Programa 9.4: Las competencias de costas



Plan de Canarias
para el Turismo 2025

1 de marzo 2019