

BASE PARA EL DOCUMENTO:

P

**Plan de Canarias
para el Turismo 2025**

PLAN DE ACCIONES



Plan de Canarias
para el Turismo 2025

CAPÍTULO 1: EJES, ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS

1.1 PECT 2025

1.1.1 EL DISEÑO ESTRATÉGICO DE UN PROCESO. LA VISIÓN DEL PECT 2025

1.1.2 EL TURISMO, NUESTRO MOTOR DE BIENESTAR

1.1.3 INTRODUCCIÓN

1.1.4 UNA NUEVA CONCEPCIÓN DE LOS LÍMITES DEL TERRITORIO

1.1.5 LA MATRIZ DEL PLAN

1.1.6 LOS EJES

1.1.7 ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS

1.1.8 LA IMPLANTACIÓN DEL PLAN

1.1.9 LAS 10 ACCIONES

CAPÍTULO 2: PLAN DE ACCIONES

2.1 PLAN DE ACCIONES

ESTRATEGIA 1: LA GOBERNANZA INTERNA

ESTRATEGIA 2: LA GOBERNANZA SUPRARREGIONAL

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

ESTRATEGIA 4: LA INTELIGENCIA DESDE LA DATIFICACIÓN

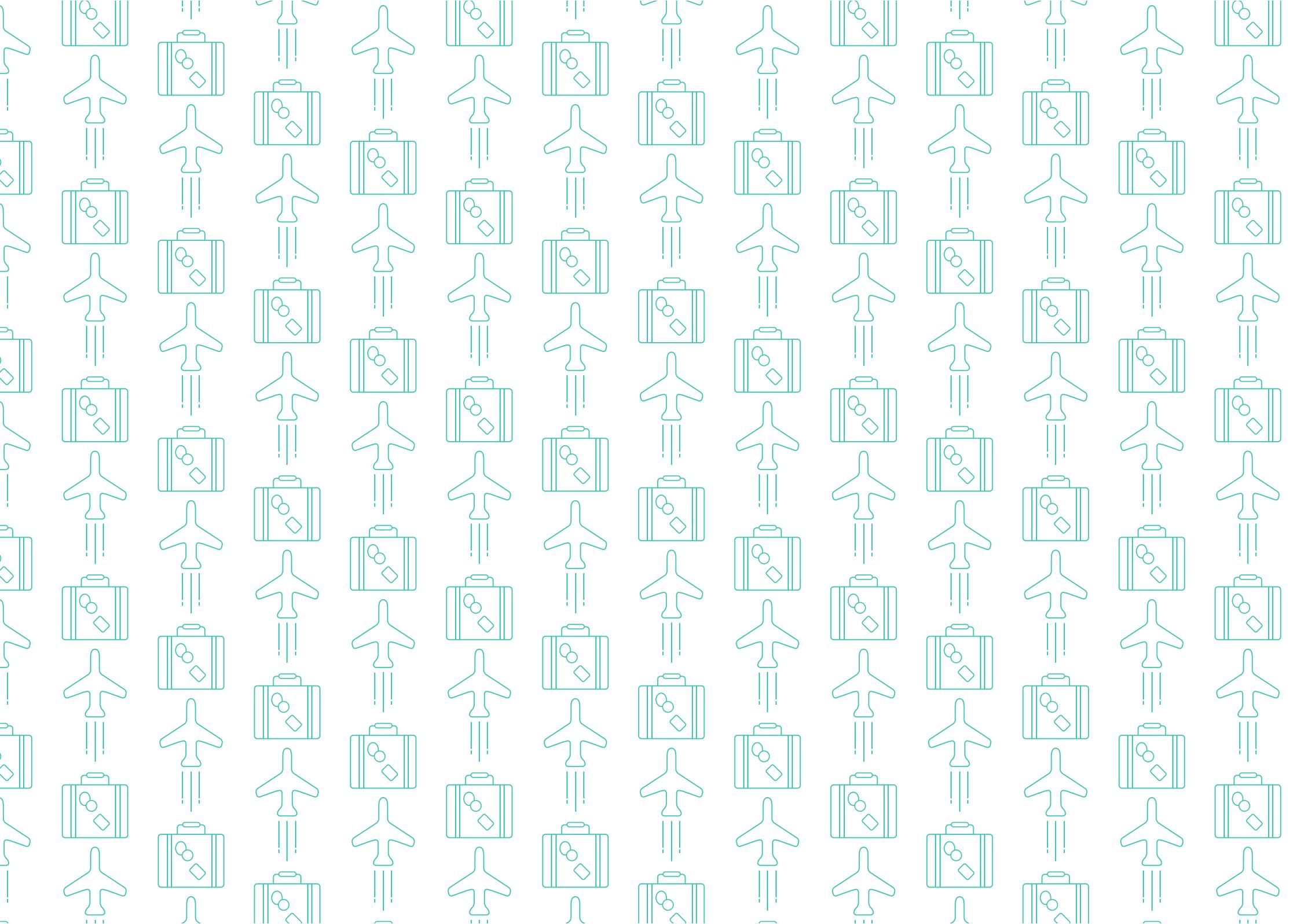
ESTRATEGIA 5: LA GENERACIÓN DE DEMANDA

ESTRATEGIA 6: LA SOCIEDAD COMO DESTINO

ESTRATEGIA 7: LA SOSTENIBILIDAD COMO ATRIBUTO COMPETITIVO

ESTRATEGIA 8: LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA INCENTIVAR EL CAPITAL HUMANO

ESTRATEGIA 9: LA CUALIFICACIÓN DE UN TERRITORIO DINÁMICO





Plan de Canarias
para el Turismo 2025

The background of the entire page is a landscape photograph of a mountain range and a road, overlaid with a semi-transparent teal color. The mountains are dark and layered, with a road leading into the distance in the foreground.

CAPÍTULO 1

EJES, ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS



Plan de Canarias
para el Turismo 2025

CAPÍTULO 1: EJES, ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS

1.1 DOCUMENTO DE EJES, ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS

CAPÍTULO 2: PLAN DE ACCIONES

2.1 PLAN DE ACCIONES

CAPÍTULO 1: EJES, ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS

1.1 PECT 2025

1.1.1 EL DISEÑO ESTRATÉGICO DE UN PROCESO. LA VISIÓN DEL PECT 2025

1.1.2 EL TURISMO, NUESTRO MOTOR DE BIENESTAR

1.1.3 INTRODUCCIÓN

1.1.4 UNA NUEVA CONCEPCIÓN DE LOS LÍMITES DEL TERRITORIO

1.1.5 LA MATRIZ DEL PLAN

1.1.6 LOS EJES

1.1.7 ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS

1.1.8 LA IMPLANTACIÓN DEL PLAN

1.1.9 LAS 10 ACCIONES

1.1 PECT 2025

1.1.1 EL DISEÑO ESTRATÉGICO DE UN PROCESO. LA VISIÓN DEL 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 Canarias¹. 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**².

Partiendo de una **marca consolidada - Islas Canarias-**, se define el Modelo de Generación de Demanda a partir de tres componenetes básicos y principales:

¹ Promotur Turismo Canarias, S.A. es una sociedad mercantil pública adscrita a la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias, responsable de la gestión de la marca turística Islas Canarias.

² El capítulo 0, del documento de Análisis de Contexto y Ámbitos de este PECT 2025, desarrolla íntegramente el Modelo de Generación de Demanda

el enfoque competitivo (de segmentación de mercados); **la propuesta de valor** (del destino) y 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, la inteligencia y la sostenibilidad**.

La gobernanza

Habilitar instrumentos de gobernanza ágil que dirijan un proceso dinámico en lo espacial, en lo temporal y en lo social, que no predeterminen un calendario de acciones en el tiempo. Éstos deben tener la capacidad de cometer errores y poderlos cambiar de inmediato. Para ello este Plan plantea comenzar con la puesta en marcha de diez acciones iniciales de urgencia para la competitividad del destino. En segundo lugar, reestructurar los instrumentos de gobernanza que ya posee el Gobierno para la puesta en marcha del plan de acciones, basándose en robustas herramientas de inteligencia y, al mismo tiempo, en el consenso científico y técnico de unos agentes con gran experiencia. Dichos instrumentos deben poder integrar, entender y habilitar a los territorios y sus diferencias, a los 7 cabildos insulares (8 islas), y sus 88 municipios. Deben permitir iniciar una nueva etapa de cooperación y coordinación dentro de las propias consejerías del Gobierno, introduciendo las necesidades y retos del turismo como sector clave y transversal para la competitividad de toda la economía canaria. Finalmente, deben permitir dotar al Gobierno de criterios e información para la coordinación y cooperación con administraciones suprarregionales.

La inteligencia

Potenciar la inteligencia entendida en un sentido amplio y transversal. Por un lado, un necesario proceso de digitalización del destino, dotándolo de las herramientas de inteligencia adecuadas para enfrentarse al nuevo paradigma de organización del sector y, por extensión, de la sociedad. Para abordar dicho proceso este Plan destaca la necesidad de implementar la adquisición, tratamiento y puesta en valor de los datos que genera el destino (la 'datificación'). Éstos deben permitir liderar procesos de innovación y de construcción de conocimiento para informar la toma de decisiones en Turismo. Y por otro lado, la inteligencia humana. El destino debe pensar en el capital humano local no como receptores subsidiarios de los beneficios del sector turístico, sino como pieza central del destino, potenciando su formación, la calidad del empleo, el emprendimiento, la identidad y la cultura, la innovación, el conocimiento, la atracción de nuevo talento, incentivar al propio para que no emigre, haciendo de la sociedad el gran activo turístico de nuestro destino.

La sostenibilidad

El tercero, fijar unos criterios de sostenibilidad claros para la conservación de nuestro medio ambiente y nuestro paisaje, abordando los retos globales del cambio climático. Se propone consolidar la estrategia turística canaria de contención del crecimiento. Pero, al mismo tiempo, redefinir los límites del territorio desde una vertiente ambiental y no urbanística. Se propone redefinir el concepto de capacidad de carga desde criterios ambientales cualitativos, convirtiendo la sostenibilidad en un atributo competitivo, y alineando a Canarias con los objetivos que marca la Unión Europea sobre la 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.

1.1.2 EL TURISMO, NUESTRO MOTOR DE BIENESTAR

El turismo representó en Canarias, según el último informe Impactur **2017**³, realizado por de la asociación turística Exceltur, el **35,2% del PIB** de Canarias (**15.573M€**), y el **40,3% del empleo** de Canarias (empleo directo e indirecto / **326.970 puestos de trabajo**). Los **impuestos recaudados** producto de la actividad turística ascendieron a **2.349M€**. Es sin duda la principal fuente de riqueza de nuestras islas.

En **2018**, Canarias registró un volumen de **15,56M de turistas**⁴. Esta cifra representa un descenso del 2,60% en la llegada de turistas respecto el año 2017. Pero en su **acumulado desde el año 2010**, la misma muestra un crecimiento en la llegada de turistas del **49,15%**. Este importante crecimiento de llegadas de turistas sigue un comportamiento paralelo al que ha tenido el conjunto del territorio nacional. **España** ha pasado, en el mismo período **2010-2018**, de **52,68M a 82,77M de turistas**⁵. El crecimiento a nivel nacional ha sido del **57,13%**.

Este crecimiento se ha producido, en gran medida, por factores internacionales de índole coyuntural, como ha sido el período de inestabilidad geopolítica que han vivido nuestros competidores del arco mediterráneo (primavera árabe). Pero también debido a un intenso proceso de renovación y aumento de la competitividad del sector turístico español y, por extensión el canario. Éste le ha llevado, según el 'The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017'⁶,

3 Impactur 2017. Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía de las Islas Canarias. Exceltur. 2018.

4 ISTAC. Instituto Canario de Estadística.

5 INE. Instituto Nacional de Estadística.

6 The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. World Economic Forum. 2017.

del Foro Económico Mundial, a liderar el ranking de competitividad turística mundial por tercer año consecutivo (2015-2017).

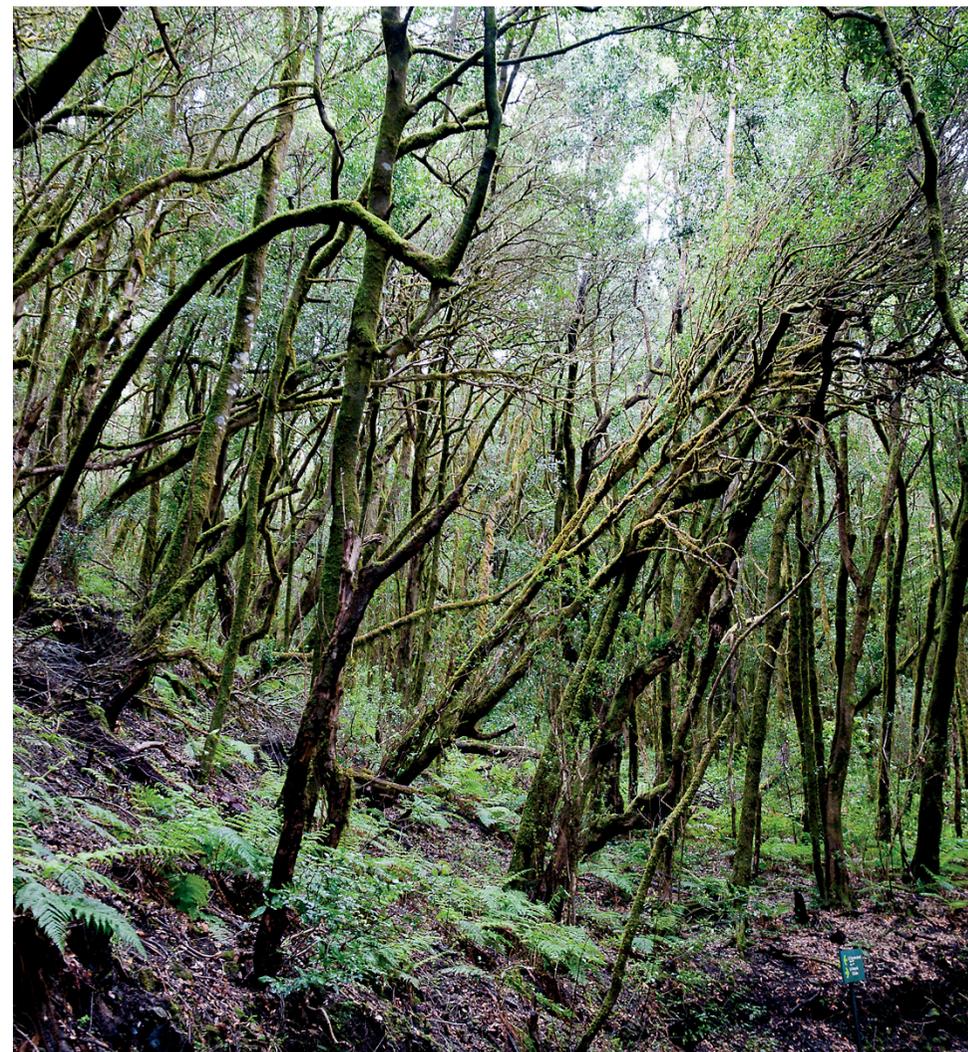
Mantener la competitividad global requiere abordar grandes retos en nuestro horizonte temporal 2019-2040, tanto globales, como locales. Esa competitividad debe abordar de forma inequívoca uno de carácter estructural: **mantener dicha competitividad mientras abordamos el reto de la sostenibilidad de nuestro frágil territorio.**

En este contexto, el dato de medida de dicho reto es el peso de la población no residente que soporta Canarias respecto a la población local, es decir el peso de las pernoctaciones turísticas respecto a las pernoctaciones de residentes (población equivalente). A cierre de año **2018**, la **población Canaria** se situó en **2.127.685 habitantes**⁷. La población no residente (turistas) equivalía a una población residente de 292.849⁸ habitantes, la cuál, sumada a la población residente equivaldría a una de población equivalente total de **2.420.534 habitantes (residentes y no residentes)**⁹. La presión ejercida por la población no residente en nuestros 7.446,96Km² de territorio, representó el **12%** de la población equivalente total.

7 ISTAC. Instituto Canario de Estadística.

8 ISTAC. Instituto Canario de Estadística.

9 El Plan Estratégico de Turismo de Barcelona usaba el término de 'habitantes temporales', para integrar a los turistas con los 'habitantes permanentes'.



Bosque del Cedro - Parque Nacional Garajonay, La Gomera. Fuente: Brand Centre de Islas Canarias

Población y Economía

2.420.534 población equivalente



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%** de la población)

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** playas)

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

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

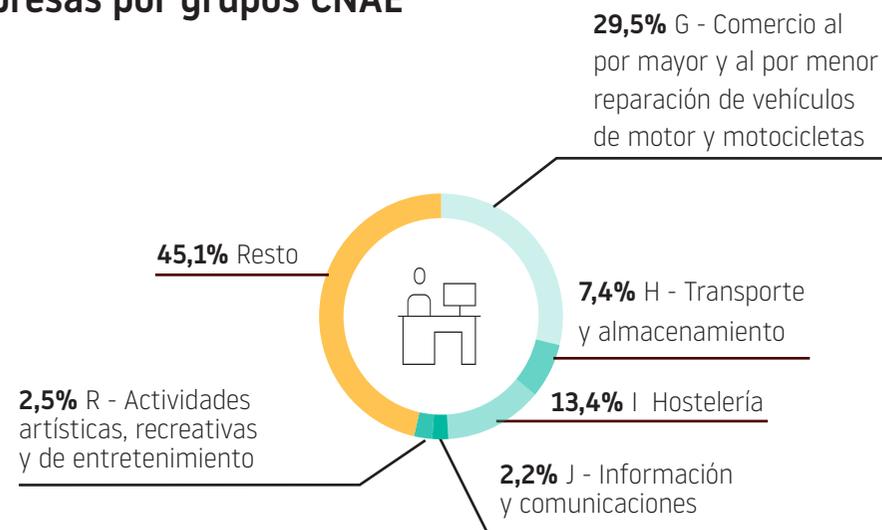
2.106 empresas de formación (**1,6%**)

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

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
15,15 empleos por cada 100 plazas ofertadas
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

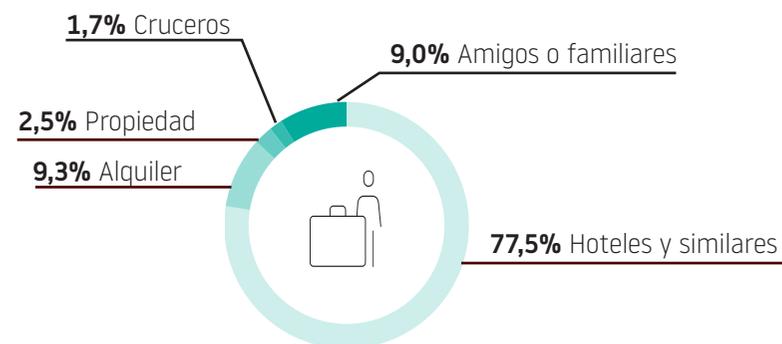
44.260 plazas renovadas (**98** edificios)

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

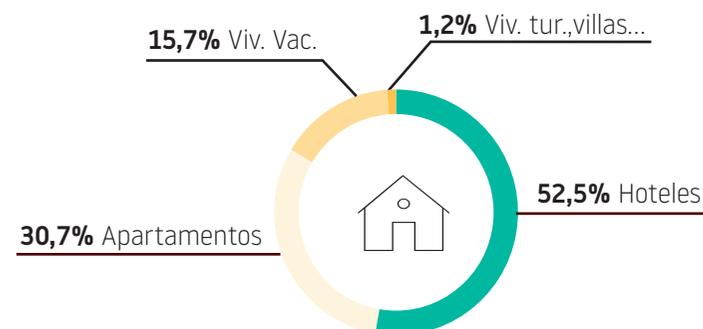
* Plazas oferta reglada (turidata) + plazas vivienda vacacional (regladas y no regladas)

** PMM de San Bartolomé de Tirajana anulado por el Tribunal Supremo

Turistas por tipo de alojamiento



Unidades de alojamiento por tipo de alojamiento



1.1.3 INTRODUCCIÓN

El alcance y ámbitos del Plan se recogen en el documento de Análisis de Contexto y Ámbitos de este PECT 2025. En el mismo también se ha hecho una síntesis de los principales retos que se han identificado en el desarrollo del mismo.

Esos retos, sintetizados en 5 globales y 6 locales, son los que motivan la estructura y objetivos del desarrollo del Plan. El mismo se sustenta sobre los tres pilares del destino, los cuales organizan y estructuran la respuesta dada por el PECT 2025: **la gobernanza, la inteligencia y la sostenibilidad.**

Aun así, parecería necesario plantear, de forma previa, el alcance competencial que debe tener un Plan Estratégico que se redacta desde el Gobierno de Canarias. Éste se debe entender como un instrumento que tenga como marco dicho alcance.

En el artículo 129, de la recientemente aprobada Ley Orgánica 1/2018, de 5 de noviembre, de reforma del Estatuto de Autonomía de Canarias, define dichas competencias como exclusivas en materia de turismo. Las mismas se pueden resumir en la acción de **regular la planificación y ordenación** del turismo, incluidas las competencias de inspección y sanción; la de creación, ejecución y control de **ayudas públicas autonómicas**, prestando especial atención a la **rehabilitación de las zonas turísticas**; la **protección** del espacio y de los recursos turísticos; la **promoción** interior y exterior del turismo; y la **enseñanza y la formación** turística que no dan derecho a la obtención de título oficial, a la que se ha de unir la gestión de la red de **establecimientos turísticos de titularidad autonómica.**

Asimismo, en el punto 1 de la ‘Directriz 30. Instrumentos de planificación y ordenación’, de la Normativa de las Directrices de Ordenación del Turismo de Canarias (en adelante DOT), de la Ley 19/2003, de 14 de abril, por la que se aprueban las Directrices de Ordenación General y las Directrices de Ordenación del Turismo de Canarias, aún en vigor, recoge que ‘Las administraciones públicas impulsarán coordinadamente los instrumentos de planificación estratégica sectorial. **El Plan Estratégico del Turismo de Canarias** establecerá las **orientaciones sobre el desarrollo del modelo general**, y sobre la potenciación de la oferta canaria, su mejor posicionamiento ante la demanda y los mercados emisores y las alianzas estratégicas que a tal efecto resulten necesarias’.

En esa misma Directriz 30, ‘En el marco de dicho Plan Estratégico, **cada cabildo desarrollará un Plan Estratégico de ámbito insular** y cada **municipio** afectado por dicho plan habrá de dotarse de un **instrumento de planificación**, sin perjuicio de documentos estratégicos para la intervención en las áreas de rehabilitación urbana que, en su caso, hayan sido señaladas por el planeamiento’.

De este modo las propias Directrices, en el segundo párrafo del punto ‘2.7. Planificación turística y planeamiento territorial’, en la ‘Memoria de las Directrices de Ordenación del Turismo de Canarias’, apartado ‘II Información’, identifica la redacción del **Plan Estratégico como uno de los ‘indicadores básicos del turismo sostenible** recomendados por la Organización Mundial del Turismo’.



Valverde. El Hierro. Fuente: Brand Centre de Islas Canarias

Sobre la definición de un modelo turístico

El PECT 2025 se redacta como propuesta en el año 2019. Entre el año 2003, de aprobación de las DOT, y el presente han pasado 16 años.

En 2003, las DOT definían un modelo turístico basado en criterios de sostenibilidad, aunque el centro del modelo se cimentó en los criterios de implantación territorial.

Primer criterio, **atemperar la extensión territorial** del uso turístico¹. Sobre la ocupación del suelo, **prohibía la clasificación de nuevos suelos con destino turístico** (Directriz 7, de las DOT). Segundo criterio. Sobre la construcción y apertura de nuevos establecimientos estableció los **límites de crecimiento** basados en el concepto de **'capacidad de carga'**. Un tercer criterio se recoge en el primer principio del modelo (Directriz 6), el cual ya establecía la principal estrategia de las DOT, la cual se apoyaba en la **'renovación de la oferta turística existente'** en los destinos turísticos consolidados.

Concentraba de esta forma la visión en un modelo turístico de concentración de sol y playa, una de las grandes ventajas competitivas de nuestro destino.

Las DOT dieron comienzo a 6 años de una segunda moratoria turística², que tuvo su punto de inflexión en la Ley 6/2009, de 6 de mayo, de medidas urgentes en materia de ordenación territorial para la dinamización sectorial y la ordenación del turismo.

¹ 'Uso turístico' debe entenderse aquí como clasificación urbanística.

² Simancas, M. (2016). 'La política canaria de renovación de las áreas turísticas del litoral', en Simancas Cruz, M. y Parra-López, E. (coords.) (2016). ¿Existe un modelo turístico canario? Las Palmas de Gran Canaria, España. Promotur Turismo Canarias.

No es objeto de esta exposición desarrollar el contenido de la Ley 6/2009 respecto a los procesos de renovación turística. Si lo es, por una parte, el destacar que la citada Ley 6/2009, abre un proceso de tercera moratoria³. La misma termina en el año 2015, con la sentencia del Tribunal Constitucional STC 209/2015, declarando la inconstitucionalidad por contraria a la legislación básica estatal (Ley 17/2009 de transposición de la Directiva 123/2006) de las letras a) y c) del artículo 4 de la Ley 2/2013, de 29 de mayo, de renovación y modernización turística de Canarias (en la redacción original, antes de su modificación por la Ley 9/2015, de 27 de abril, de modificación de la Ley 2/2013)⁴.

Estas dos últimas leyes culminan un proceso de 6 años más de moratoria, pero consiguen poner en marcha los procesos de renovación turística que buscaban impulsar las DOT. Lo hicieron a través de la puesta en marcha de los **Planes de modernización, mejora e incremento de la competitividad (PMM)**.

Pero de otra parte, los PMM introdujeron importantes **incentivos a la renovación** que cambiaban de forma significativa los límites de crecimiento defendidos por las DOT. Y de esta forma, en parte, uno de los criterios principales del modelo turístico definido en las DOT. Dichos incentivos eran de dos tipos, unos de tipo económico, vía renovación edificatoria en forma de **plazas adicionales**. Y unos segundos, de tipo urbanístico, consistentes en el **aumento de edificabilidad y reducción de estándares turísticos**⁵.

Sí se mantienen los otros dos criterios principales de las DOT. Por un lado la necesaria y exitosa política de **renovación** de los destinos. Por otro lado, el mantenimiento del concepto de **capacidad de carga**, un concepto dinámico de carácter ambiental que aún hoy, no se sabe bien de qué manera, se sigue midiendo en base a parámetros urbanísticos: el número de camas.

Con todo, lo que ésta exposición viene a reflejar es que se ha definido un modelo que finalmente ha incentivado la renovación de nuestros destinos consolidados. Pero que este **modelo turístico** en Canarias 'ha estado diseñado desde fuera de la administración turística, particularmente **desde una perspectiva de la ordenación territorial** y sin una perspectiva clara de un modelo turístico a largo plazo'⁶ en su conjunto.

En 2012, Promotur Turismo de Canarias redacta el Plan Estratégico Promocional Islas Canarias 2012-2016. Partiendo de las fortalezas y virtudes del modelo precedente⁷, incorporó las tendencias y condicionantes de mercado que influían en el desarrollo turístico. El mismo se cimentó en dos orientaciones básicas. La primera considerar al **turismo como motor económico**, considerando a las Islas Canarias como un **gran laboratorio, exportador de conocimiento, productos y servicios**. En la misma se **orienta la estrategia turística en la demanda (en el turista)**.

6 Hernández, R. (2016). 'Impactos económicos del Turismo', en Simancas Cruz, M. y Parra-López, E. (coords.) (2016). ¿Existe un modelo turístico canario? Las Palmas de Gran Canaria, España. Promotur Turismo Canarias.

7 Se entiende aquí como el modelo definido por las Directrices de Ordenación del Turismo de Canarias, aprobadas mediante la Ley 19/2003, de 14 de abril, por la que se aprueban las Directrices de Ordenación General y las Directrices de Ordenación del Turismo de Canarias. Y por el desarrollo de las Leyes de la tercera moratoria en materia de renovación de los destinos vía PMM.

3 Simancas, M. (2016). Idem.

4 Villar, F. (2016). 'El marco normativo de definición del modelo turístico canario', en Simancas Cruz, M. y Parra-López, E. (coords.) (2016). ¿Existe un modelo turístico canario? Las Palmas de Gran Canaria, España. Promotur Turismo Canarias.

5 Simancas, M. (2016). Idem.

Ello supuso un paso adelante en la visión del destino, con una propuesta para **'dinamizar el sistema del destino más allá de la simple renovación urbanística'**.

La segunda orientación consistió en la definición de un nuevo posicionamiento diferencial de Canarias en el mercado. Partió de la base que era necesario **'pasar de un turismo centrado en el territorio** (limitado) y los procesos territoriales y urbanísticos, **a un turismo centrado en los recursos naturales** (muchos de ellos ilimitados), poniéndolos previamente en valor y potenciando los beneficios que reportan. Dicho posicionamiento lo sintetizó como 'el proceso de establecer y mantener un lugar distintivo en la mente del turista para Islas Canarias y su oferta de productos': **el mejor clima del mundo**.

Ese nuevo modelo de destino lo sintetizó en un cambio de enfoque, que este Plan toma como punto de referencia y de inflexión en la estrategia turística del destino. (Ver tabla 1)

Retos de la gobernanza

Tres son los principales retos de gobernanza a los que se identifican deben dar respuesta el PECT 2025.

El primero de **orden legislativo y de gestión** de las tensiones sectoriales y laborales. Éstos provienen de los nuevos fenómenos disruptivos desde los que la tecnología digital está sometiendo a los destinos físicos. La irrupción de las **plataformas en el ámbito de la intermediación**, proveyendo un canal masivo para la comercialización de viviendas vacacionales no es más que el inicio de nuevos retos legislativos a los que se tendrá que enfrentar el Gobierno.

Los retos vendrán en el ámbito de la prestación de servicios de experiencias turísticas o de guías turísticos o, con mayor incidencia, en un sector clave: el mundo del taxi. Estos últimos no serán motivados por la entrada de Uber o Cabify, como ocurre en grandes ciudades, sino por la entrada del **coche compartido, autónomo y eléctrico en nuestros destinos**.

Además de legislar sobre los impactos de la implosión de las nuevas plataformas digitales, el Plan debe también habilitar instrumentos de gestión de los impactos. **Tres son los instrumentos** que deben permitir abordar procesos de este tipo, además de aquellos de índole legislativa. El primero, el de la **digitalización de la administración**, que permita dar respuesta a la velocidad a la que se impulsan estas avalanchas. El segundo, diseñar una estrategia para **compartir datos** con dichas plataformas en un proceso de colaboración para permitir evitar la ilegalidad. Y el tercero, habilitar **sistemas de asesoramiento a la escala administrativa municipal** que deben enfrentarse a fenómenos que por escala escapan a su capacidad operativa.

Un segundo reto vendrá de la derivada de la nueva Ley del Suelo y del nuevo Estatuto de Autonomía, que recogen una estrategia de transferencia o modelos de concurrencia de competencias hacia escalas municipales. Esto, en un **entorno de competencia global**, debe llevar al Gobierno a desarrollar una gran labor de **consenso**, que permita poner a Canarias en la línea de cooperación idónea para competir en la arena global del turismo.

Sobre éstas, el Plan plantea los instrumentos de gobernanza dinámica. Éstos se enmarcan en **mesas técnicas** y en la presencia en **comisiones de trabajo**, en otras Consejerías, por parte de Turismo. Los mismos deben tener un importante asesoramiento técnico articulado desde dichos instrumentos.

	ANTIGUO MODELO	NUEVO MODELO
Turismo	· Un sector clave.	· El sector paraguas promocional de todos los sectores.
Objetivo	· Atraer turistas. · Exportamos por “recibir turistas”.	· Atraer turistas, empresas, talento, capital... · Exportamos por “recibir turistas” y por “vender conocimiento turístico”.
Resultados	· Económicos.	· Económicos, sociales y medioambientales.
Sectores	· Turismo-construcción.	· Turismo, construcción, agricultura, ganadería y pesca, comercio, servicios personales, industria audiovisual, tics, otros.
Recursos	· Explotados en un modelo tradicional e intensivo. · Limitados. La propiedad es el factor clave.	· Puestos en valor e integrados en un nuevo modelo. · Ilimitados. El conocimiento y las capacidades son los factores clave.
Producto	· Oferta no integrada, comercializada por agentes externos.	· Oferta integrada, generando experiencias dinámicas a medida, comercializada por múltiples canales.
Residente	· Trabajadores del sector. · Rentistas del modelo.	· Trabajadores, co-creadores del producto, y empresarios o inversores · Destinatarios de la oferta turística y de ocio. Consumidores exigentes. · Agentes promotores activos del turismo.
Turista	· Aporta ingresos. · Es cliente del turoperador.	· Aporta ingresos, promoción y mejora de producto. · Es cliente del destino.
Tipología empleo	· Masivo poco cualificado y poco productivo.	· Masivo poco cualificado y productivo combinado con masivo cualificado, y especializado muy cualificado.
Formación turística	· Genérica y puntual.	· Especializada y permanente.
Sistema información	· Información para analizar evolución.	· Generar conocimiento para la toma de decisiones y como herramienta de comunicación promocional.
Distribución	· Canal TT.OO. y AA.VV.	· TT.OO., AA.VV., líneas aéreas, OTAs, canal propio, residente y turista.
Promoción	· Genérica y poco integrada.	· Segmentada, especializada y mediante comunicación integral.

Tabla 1. El cambio de enfoque del nuevo modelo, Plan Estratégico Promocional del Turismo en Canarias 2012 - 2016

El tercer reto de gobernanza viene de la necesidad de **activar el territorio**. Por un lado Canarias tiene un **claro enfoque competitivo** en la estrategia de generación de demanda y en su posicionamiento: **el mejor clima del mundo**. Una propuesta de valor que integra experiencias en el conjunto de sus territorios, complementando nuestro producto estrella, el sol y playa. En cambio, el actual ordenamiento territorial del turismo todavía está anclado en una Ley de 1995, que ha soportado hasta la fecha 10 modificaciones de Ley. A ella se le suman un conjunto de tres leyes más, y unas Directrices de Ordenación del Turismo no derogadas, tres reglamentos, y una nueva Ley del Suelo que afectan a la actividad turística por acción u omisión.

El Plan propone la urgente redacción de una nueva **Ley General de Turismo**. Parece urgente contar con un nuevo texto consensuado, que se adapte a los tiempos de enorme competencia, y de demanda de una nueva visión de destino que el PECT 2025 estructura. El mismo debe tener una visión global de las oportunidades que el territorio debe ofrecer en materia de nuevos productos turísticos. En el mismo, entre otros ámbitos, la construcción del **paisaje y el mundo rural** deben entrar a jugar el papel que le corresponde en la **construcción de nuestro imaginario colectivo**. En este sentido se propone la creación de una **comisión técnica de trabajo** para el inicio de la redacción de dicha Ley.



Playas de Papagayo. Lanzarote. Fuente: Brand Centre de Islas Canarias

Retos de la inteligencia

Se han sintetizado seis retos dentro del pilar de inteligencia. Los dos primeros son retos globales que se deben interrelacionar. De un lado la **inestabilidad geopolítica**, cuyo principal exponente reside para los destinos canarios en el Brexit. Un Plan estratégico no define planes de contingencia, pero si debe preparar al destino para ser capaces de ponerlos en marcha. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el número de turistas crece a una media anual del 4% desde los años 60's. Este crecimiento tiene grandes desequilibrios territoriales en la localización de esa nueva demanda. El área Asia-Pacífico crecerá en 2.112M de personas de **clase media**, pasando del 46% actual, al 65% del total global, en 2030. En 2016 el 1% de las familias de **clase alta** estadounidenses representaban el 61% de los hogares globales de dicha clase. Las mismas gastaron 7,2 billones de dólares⁸.

El disruptivo crecimiento de la clase media hasta 2030 se concentrará en China y la India. En cambio, EEUU seguirá siendo el proveedor del 50% de las familias ricas del planeta. Promotur tiene desarrollada una clara estrategia en cuatro niveles de competitividad, sobre los que sitúa estas dos áreas en su tramo bajo. La misma estrategia lo considera de prospección, que en este PECT 2025 los sitúa en un horizonte 2040. A corto y medio plazo, ya recoge la misma estrategia, la microsegmentación de perfiles, dentro de los mercados de interés.

El Plan guarda unos programas específicos para el impulso de una **conectividad de largo alcance** que debe comenzar a preparar el destino para seguir diversificando la demanda en origen.

⁸ En el informe Bookings se hace referencia a 7,2 trillones, en la escala corta anglosajona. En este trabajo se ha traducido a la escala larga europea y española, donde 1 trillón es 1 billón.

Tres nuevos retos se unen. El **nuevo paradigma social** construido sobre los hábitos de los **nuevos turistas digitales** con **sensibilidad medioambiental**, y los retos que plantean las **principales tecnologías** que están jugando un importante papel en la configuración del destino.

El Plan aborda la doble vertiente del futuro turista. Por un lado, Canarias necesita dar **respuesta con nuevos productos y servicios** a la demanda del turista digital, de gran movilidad y exigente en la velocidad de los servicios. Por el otro, este pilar del destino impulsa la **digitalización de los agentes del destino y la datificación** como dos líneas de trabajo capitales para su futuro competitivo. En este ámbito, la creación de entornos de colaboración entre **administración, centro de innovación, las universidades y la empresa privada**, cada vez tenderán a ser más importantes. Canarias debe convertirse en un **laboratorio turístico** avanzado de **tecnología digital y tecnología verde/azul**, aplicadas al turismo.

Finalmente, hay un sexto reto dentro del pilar de inteligencia que en este Plan se le da carácter de urgencia. Es el de la **formación en idiomas** de la población local. Siendo ambiciosa la tarea, este PECT 2025 refleja en su proceso participativo una inequívoca unanimidad. **El bilingüismo** debe ser una prioridad, a coordinar con la consejería competente, para su puesta en marcha.

Así, tanto la **formación de profesores en idiomas**, en toda la cadena de valor de la enseñanza en Canarias, como el impulso de la **formación dual**, forman parte de las primeras acciones que se propone impulse en PECT 2025, como acciones de urgente gestión.

Retos de la sostenibilidad

Los últimos cuatro retos se enmarcan en el pilar de sostenibilidad. El compromiso decidido por abordar los retos aparejados al **cambio climático** es parte central del Plan. En el campo local, centra la estrategia de sostenibilidad la redefinición del concepto de **capacidad de carga**.

Un segundo gran reto es el de activar los territorios consolidados. El Plan apuesta por reimpulsar los PMM como instrumentos de **renovación del destino** y de las infraestructuras turísticas hoteleras. La renovación se mantiene en este Plan, como así lo han conseguido llevar a cabo las leyes de turismo que, con mayor o menor acierto, han mantenido dicho objetivo. Es en estos procesos donde **deberían centrarse todas las ayudas públicas**. Renovar los destinos consolidados no debe dejar de ser una prioridad para Canarias. Son nuestro producto estrella y de su renovación **depende en gran medida la sostenibilidad de nuestro territorio**.

Al mismo tiempo, la **activación del territorio** debe pasar por la actualización urgente en materia de infraestructuras de movilidad e infraestructuras turísticas. El recientemente aprobado PITCAN se recoge en el Plan como instrumento básico para Canarias para la priorización de acciones, habilitando una **mesa de actualización de los indicadores** del mismo, para impulsarlo como instrumento de coordinación entre administraciones.

Por último, en este pilar se recoge nuevamente el reto que significa el cambio disruptivo que provocará **la movilidad como servicio (MaaS)**. Propone abordar este reto desde el mismo inicio por lo que implicará en la configuración de destinos sin coches o con una reducción importante de su parque. Es ahora cuando se deben tomar las decisiones sobre cómo diseñar nuestros destinos



Tamadaba. Gran Canaria. Fuente: Brand Centre de Islas Canarias

1.1.4 LOS OBJETIVOS COMPATIDOS PARA UNA NUEVA CONCEPCIÓN DE LOS LÍMITES DEL TERRITORIO

Desde el PECT 2025 se propone una **revisión responsable** del **instrumento de capacidad de carga**. No es el objeto de este apartado definir una fórmula, sino más bien una revisión de sus **criterios y objetivos para definir el alcance y límites de su uso**. Éstos se alinean a los de la Unión Europea. La UE se marca objetivos concretos sobre variables ambientales los cuales revisa, de forma dinámica, cada tres años.

Se integran por tanto los objetivos de la **Unión Europea**, pero también los **objetivos nacionales**, y baja hasta los propios **objetivos de Canarias**. Éstos últimos parten de una estrategia propia de las Islas Canarias, **cuyos objetivos se deben desarrollar por islas**, a través de la **adaptación de cada Plan Estratégico Insular** a los objetivos del PECT 2025. Dichos objetivos deben ser dinámicos, y dependerán de la capacidad tecnológica y de infraestructuras que atesoren o deban ir desarrollando cada uno de dichos territorios insulares. Dichos objetivos quedan integrados en: un programa de **descarbonización, plástico 0 y gestión circular de los residuos**; un programa de **eficiencia energética y de energías renovables**; un programa de **mitigación y adaptación al cambio climático**; un programa de **movilidad sostenible**; y un programa de **metabolismo territorial circular**.

1.1.4.1 Descarbonización, Plástico 0 y Gestión Circular de Residuos

Tiene como objetivos adaptar la actividad turística para integrarla en el territorio y el medio natural en el que opera, dentro del marco de una economía verde, azul y circular; transformar Canarias en un **destino turístico limpio, comprometido y responsable**, mediante un enfoque vinculado

al fomento del carbón neutral, plástico 0 y gestión circular de residuos; y compensar paulatinamente en el destino las externalidades negativas asociadas a emisiones y residuos que competen al desarrollo del turismo en Canarias.

Descarbonización

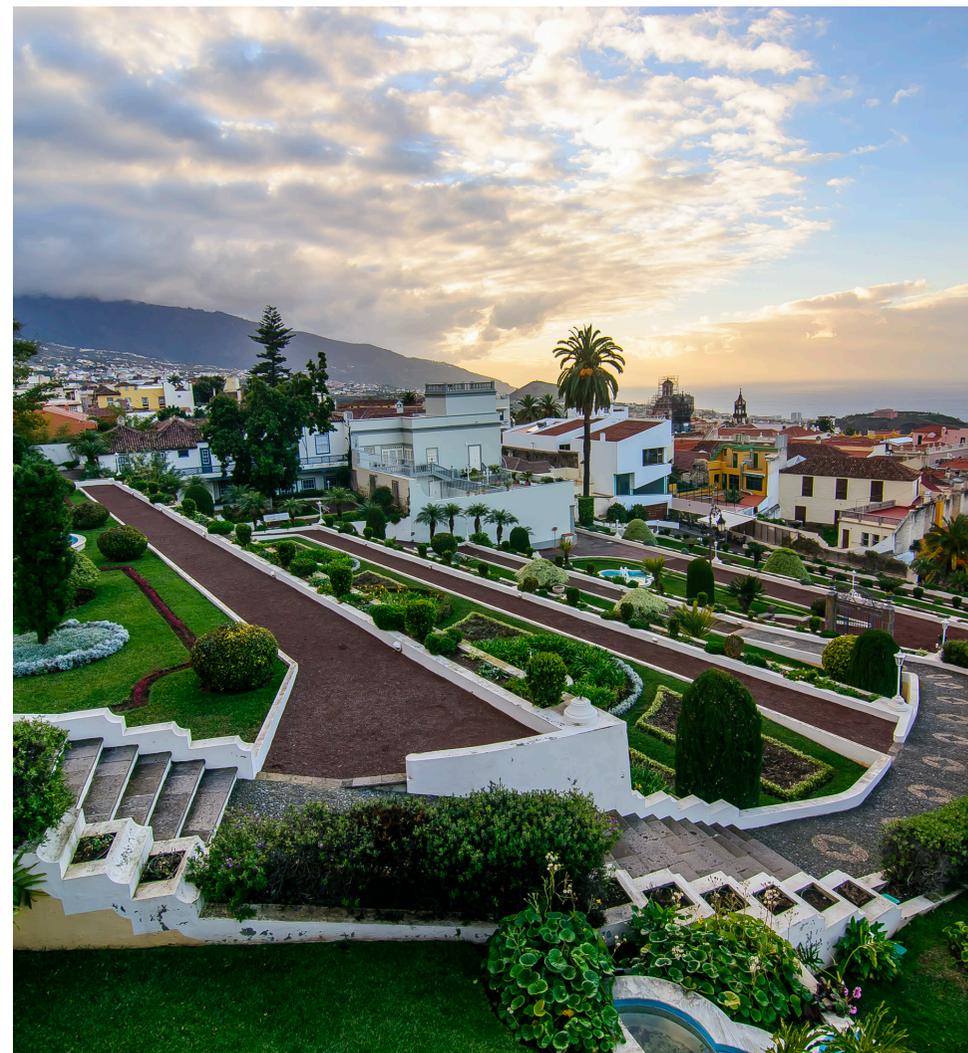
El compromiso que existe a nivel internacional por resolver los retos del marco ambiental cada vez adquieren mayor protagonismo. Las actividades humanas sobre el medio terrestre o marino, en el que se insertan, generan en la actualidad externalidades ambientales que hacen replantear los modelos de desarrollo adquiridos desde la revolución industrial fordista.

El turismo, como cualquier otra actividad humana, también se encuentra dentro de este contexto. En este ámbito, son el **transporte de personas y bienes** las actividades que mayor impacto generan.

En este sentido, cabe resaltar las medidas adoptadas por los propios agentes del sector. **El transporte marítimo internacional plantea reducir, en 2050, al menos el 50% de las emisiones**, con respecto a 2008. La Organización de Aviación Civil Internacional (OACI), por su parte, ha pactado bajar las emisiones de CO2 vinculadas a la aviación, entre 2020 y 2040.

La Unión Europea ya ha establecido como **meta para el año 2020, la reducción del 20% de las emisiones de CO2**. Paralelamente, ha establecido objetivos a medio y largo plazo: reducir el 40% las emisiones de la UE en 2030, y alcanzar en **2050** una reducción de emisiones de entre el **85%** y el **90%**.

El reto de la descarbonización desde el turismo integra tres vertientes:



Villa de La Orotava. Tenerife. Fuente: Brand Centre de Islas Canarias

Por un lado, la oportunidad de **impulsar un destino turístico que haga bandera** de la transformación de su territorio en un espacio limpio, equilibrado, que resuelva sus impactos ambientales, y se adapte a su vez a las dinámicas naturales. Por otro lado **atender la obligación** de dar respuesta al **Cambio Climático**, a la creciente concienciación social al respecto, y a las tendencias culturales y morales relativas a principios de la economía circular. Por último, **implementar acciones operativas** que, en este Plan, parten de dos conjuntos de medidas concretas: las relativas a una **mobilidad sostenible**, y aquellas relativas a la integración de de las actividades económicas locales complementarias que configuran y construyen el territorio y su **paisaje**.

Se propone que Canarias se marque como **objetivo conseguir el desarrollo de una economía Hipocarbónica: un territorio carbón 0**.

Plástico 0

Las emisiones de CO2 no son exclusivamente uno de los retos del turismo con respecto al medioambiente. La producción mundial de plástico se ha multiplicado por 20 desde 1960. De acuerdo con la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, 'Una estrategia europea para el plástico en una economía circular', en **Europa se generan 25,8 millones de toneladas de residuos plásticos al año**. Es este residuo el causante de impactos negativos en el litoral que responden tanto a problemas medioambientales, de salud o económicos sobre determinados sectores, como el propio turismo.

En este caso, en el documento 'Una estrategia europea para el plástico en una economía circular', se propone como objetivo, para el año **2025, reciclar al menos el 55% de todos los envases de plástico**. Además, establece que para

2030 todos los envases comercializados en la UE deberán ser reutilizables.

El beneficio del reciclado de plásticos es tal que, además de ayudar a mantener un menor flujo de residuos gracias a la mejora del ciclo de vida de los productos, se reducen los impactos con respecto a ciertos entornos, como el marino, y mejoran los niveles de carbono en la atmósfera. Según la comunicación, **reciclar 1 millón de toneladas de plásticos es igual a retirar 1 millón de coches de las carreteras**.

Estos hechos se unen al esfuerzo por reducir el impacto ambiental negativo de actividades marítimas, recogidas en la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, 'Crecimiento azul. Oportunidades para un crecimiento marino y marítimo sostenible'.

El turismo en Canarias, fuertemente dependiente de entornos costeros, debe afrontar el reto de generar un medioambiente sano en cualquier forma de turismo azul.

Gestión circular de los residuos

En la actualidad, se generan en la Unión Europea más de **2.700 millones de toneladas de residuos**, según la Decisión N° 1386/2013/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa al Programa General de Acción de la Unión en materia de Medio Ambiente hasta 2020, 'Vivir bien respetando los límites de nuestro planeta'.

El impacto medioambiental derivado del consumo proviene, principalmente de los sectores de la alimentación, la vivienda y la movilidad. Estos sectores son

responsables de casi el **80% de los impactos producidos** por el consumo.

La Unión Europea, consciente de los problemas derivados de la gestión de residuos y atendiendo a la responsabilidad de proteger y mejorar la calidad del medioambiente, ha impulsado una serie de medidas legislativas a fin de **promover los principios de la economía circular**, aumentar la **eficiencia energética** y **reducir la dependencia de la Unión de los recursos importados**.

En lo que respecta a la gestión de residuos, se plantea la necesidad de **aplicar restricciones sobre el depósito en vertederos** de todos los residuos que sean aptos para el reciclado, a partir del 2030. Esta reducción deriva de la necesidad de prevenir, entre otros, impactos inducidos para la salud humana y el medioambiente en general, evitando la colmatación de vertederos y aumentando el ciclo de vida de determinados productos.

La Directiva 2018/850 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2018, por la que se modifica la Directiva 1999/31/CE relativa al vertido de residuos, articula los siguientes **mecanismos a fin de asegurar el objetivo** de reducir la cantidad de residuos en vertederos y aumentar el ciclo de vida de los productos mediante la **reutilización o el reciclaje: asegurar una planificación coordinada de las infraestructuras e inversiones necesarias; establecer un sistema de informes de alerta temprana para detectar deficiencias y adoptar medidas de mejora antes del alcance de los plazos fijados; y promover la coordinación e intercambio de información** entre los Estados miembros y los distintos sectores de la economía.

La Directiva 2018/851 del Parlamento Europeo y del Consejo, por la que se modifica la Directiva 2008/98/CE sobre los residuos, establece una serie de compromisos con distintas visiones, a corto, medio y largo plazo, sobre

reutilización y reciclado. **2025: Aumentará hasta un mínimo del 55% en peso; 2030: Aumentará hasta un mínimo del 60% en peso; 2035: Aumentará hasta un mínimo del 65% en peso.**

En el marco del turismo de Canarias, se han llevado a cabo iniciativas relacionadas con la gestión de residuos y vertidos de las zonas turísticas. El vigente **Manual de Gestión de Residuos en Establecimientos Turísticos** ofrece medidas y estrategias orientadas al desarrollo de un turismo circular.

El aumento del volumen de turistas que han experimentado las islas, unido a la influencia de impactos derivados de la falta de coordinación y acción en materia de vertidos de aguas residuales o residuos sólidos, han propiciado un escenario favorable y sensible. El PECT 2025 considera dicho escenario una oportunidad para implementar procesos de bioeconomía⁹, capaces de contribuir a una **realidad turística circular en Canarias**.

1.1.4.2 Eficiencia energética y energías renovables

Tiene por objeto cumplir los objetivos de la Unión Europea en los plazos previstos; y transformar el modelo energético del sector turístico de Canarias en un modelo verde y circular.

El consumo del recurso energía es cada vez mayor, fundamentalmente en los entornos urbanos. El consumo de energía está asociado principalmente a las emisiones de gases de efecto invernadero. La Unión Europea, a través

⁹ Bioeconomía: el término “bioeconomía” se refiere a la economía que realiza un uso inteligente de los recursos biológicos y renovables de la tierra y el mar como insumos para la producción de alimentos y piensos, la producción industrial y la producción de energía. Abarca también el uso de residuos y procesos biológicos en empresas sostenibles.

de la comunicación 'Marco estratégico en materia de clima y energía para el periodo 2020-2030' ha impulsado plantear medidas dirigidas al aumento de la gestión y le ahorro energético. Define dos objetivos concretos para el año 2020: **alcanzar el 20% de eficiencia energética; y aumentar el 20% las energías procedentes de fuentes renovables.**

Dada la importancia que supone para una correcta gestión de los recursos, se plantearon diversos paquetes de medidas para aspectos como la eficiencia de recursos o materiales, mediante estrategias de eco-diseño en los nuevos productos que se comercialicen.

En este sentido, las estrategias se han orientado fundamentalmente hacia la transición de modelos económicos verdes y circulares.

Sin embargo, también se plantean objetivos de futuro. Dentro de la misma comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, 'Marco estratégico en materia de clima y energía para el periodo 2020-2030', se acordaron como objetivos a cumplir en el año 2030, la **mejora en la producción de energía renovable (27%) o el aumento de la eficiencia energética (27%).**

Canarias representa un laboratorio sobre el que aplicar medidas innovadoras, por sus características sociales y ambientales. Como argumenta la 'Estrategia Energética de Canarias 2025', 'la fuerte dependencia energética a la que está sometida, el incremento energético, junto a la consolidación de sectores económicos como el turismo, que aumentan la presión en el consumo y las específicas características ambientales, hacen de esto una oportunidad sobre la cual implementar medidas con respecto a la consecución de objetivos energéticos'.

1.1.4.3 Mitigación y adaptación al Cambio Climático

Tiene como objetivo lograr la adaptación del sector turístico al Cambio Climático y, en concreto, de las urbanizaciones turísticas; mitigar los efectos producidos por este fenómeno en Canarias; y **transformar Canarias en un destino de referencia en urbanizaciones turísticas resilientes** frente a variaciones de las condiciones ambientales del entorno.

La necesidad de repensar las actividades económicas de acuerdo al propio contexto en el que se desarrollan, el social y ambiental, viene derivada de la existencia de fenómenos globales como el Cambio Climático.

Existe una creciente concienciación social al respecto, con un amplio apoyo de la comunidad científica¹⁰. Ello genera la necesidad de cuestionar estrategias o métodos para un uso sostenible de los recursos, al mismo tiempo que se producen mejoras para aumentar la resiliencia de determinados lugares y sectores.

El turismo depende de su entorno natural. Así lo afirma la comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, 'Una estrategia europea para un mayor crecimiento y empleo en el turismo costero y marítimo'. Sin embargo, nuestro modelo de concentración urbana y de concentración de impactos, como son el de la gestión del agua, de residuos, o de la movilidad peatonal, también adolece de concentración de emisiones, mayor grado de sellado del suelo, eutrofización u otras presiones.

¹⁰ Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático . Global Warming of 1.5 °C . <https://www.ipcc.ch/sr15/>

El Cambio Climático propiciará un aumento de las presiones en determinadas zonas como el litoral, pudiendo remodelar la distribución estacional y geográfica del turismo.

La **Unión Europea**, en este sentido, tiene preparado un paquete de medidas. Más allá de la eficiencia energética, la descarbonización, o la mejora de las energías renovables, **propone acciones concretas para zonas costeras y turísticas: impulsar estrategias en materia de prevención y gestión de residuos y de desechos marinos; promover la ordenación del espacio marítimo y la Infraestructura Verde**, para garantizar el desarrollo sostenible de las zonas costeras de la UE; **adaptarse al Cambio Climático** en zonas costeras; **mejorar el aprovechamiento de recursos, la gestión de residuos y la contaminación de zonas turísticas** por parte de los operadores; **elaborar directrices sobre minimización de impactos en la biodiversidad** y los **efectos beneficiosos de actividades recreativas en zonas protegidas**.

Canarias cuenta con un turismo de masas consolidado y sujeto a geografías cercanas al litoral. Este hecho, unido a la particularidad de ser un destino conformado por islas, hace de estos espacios entornos muy vulnerables frente a las previsibles variaciones del clima.

Los litorales

Los litorales son uno de los puntos más vulnerables al Cambio Climático y sus consecuencias, como pueden ser el aumento del nivel del mar y de las temperaturas, o la presencia de inundaciones o sequías. Unido al hecho que el litoral es el principal recurso turístico y económico de Canarias, genera la



Antigua. Fuerteventura. Fuente: Brand Centre de Islas Canarias

necesidad de ordenarlo¹¹ para disminuir su vulnerabilidad frente a fenómenos adversos. Por otro lado, el 'Artículo 157. Ordenación y gestión del litoral, del Estatuto de Autonomía de Canarias' atribuye estas competencias a la Comunidad Autónoma de Canarias, respetando el régimen general del dominio público. Canarias se encuentra ante una oportunidad para liderar la gestión de estos espacios desde las islas, para responder a los retos actuales y los fenómenos medioambientales que están por llegar.

1.1.4.5 Metabolismo territorial circular

Tiene como objetivos conseguir redefinir y ajustar para cada isla y zona turística el concepto de **capacidad de carga**, entendido como **el equilibrio circular entre la actividad turística y el territorio que la soporta**, el cual integra todas las variables medioambientales.

La necesidad de **redefinir el concepto de capacidad de carga** surge, por una parte, de la falta de consenso entre los componentes de la comunidad científica que han intentado, sin éxito, planter una metodología científica concluyente para su estimación. El planeamiento de Canarias, por su parte, incluye la capacidad de carga como justificación obligatoria para la aprobación de su planamiento turístico, desde las DOT.

En las DOT la capacidad de carga se entiende como un concepto estático y "burocratizado", definido en clave de disponibilidad de suelo y de recursos para ser dedicados a la actividad turística.

En concreto, en la Directriz 29 de Ordenación del Turismo, relativa al sistema de seguimiento de dichas Directrices, establece que **era precisa la elaboración**, por la consejería competente en materia de turismo, en concierto con los cabildos insulares, de **un sistema de indicadores de carácter ambiental, social y económico**. Además, dicho sistema de seguimiento prestaría una especial atención a la elaboración multidisciplinar de indicadores para la evaluación objetiva de la capacidad de carga.

Por otra parte, en la Directriz 30 de Ordenación del Turismo, que hace referencia a instrumentos de planificación y ordenación, afirma que la consejería competente en materia de ordenación del territorio desarrollará **un estudio metodológico para la apreciación y evaluación de los factores determinantes de la Capacidad de Carga**, especialmente en zonas turísticas, que pueda ser utilizado por los distintos órganos competentes en la materia.

No obstante, la evolución del contexto cultural mundial hacia una **percepción ecosistémica de la realidad**, sumada a la creciente preocupación por el medio, parecen recomendar redefinir el concepto de capacidad de carga desde un punto de vista metabólico y circular: **la suma de conceptos económicos, territoriales, ambientales y sociales, ligados a la economía circular**.

¹¹ Modelo de referencia es el 'Pla director urbanístic del sistema costaner (PDUSC)', plan costero del litoral de Cataluña. (2005)

1.1.5 LA MATRIZ DEL PLAN

El PECT 2025 se ha diseñado como un **proceso no lineal**, como así ha sido el proceso de regulación de la promoción y la ordenación del turismo de las islas desde que Canarias ha adquirido sus competencias. Diseñar el futuro para el turismo parte de procesos iniciados con anterioridad. Procesos regulatorios, de ordenación territorial, y estratégicos europeos, nacionales, autonómicos, insulares y municipales. Por tanto, una estrategia planteada en 2019 no puede sino **integrarse en otros procesos que, a diferentes escalas, ya están en marcha con diferentes horizontes temporales**. Es por este motivo que la estructura del Plan se plantea en **forma de matriz** compuesta por **seis (6) ejes**, cuyos cruces determinan **nueve (9) estrategias**. De esta forma cada estrategia tiene un carácter autónomo, pero al mismo tiempo transversal a todas las estrategias del Plan.

Las nueve estrategias se despliegan a su vez en **34 programas (más 7 programas insulares), y 95 acciones**.

Tres ejes horizontales definen los entornos de **gestión del turismo**, estructurando así los espacios de acción. El eje central es el **eje gestión y marketing de destinos**, que estructura la gestión interna del turismo a partir de los tres grandes pilares del Plan: la sostenibilidad, la inteligencia y la gobernanza. El segundo es el **eje origen**, que integra el entorno de gestión de acciones exteriores a nuestro territorio. El tercero es **eje destino**, que integra el entorno autonómico de las acciones.

Tres ejes verticales definen los **ámbitos de acción** del Plan. El primero es el **eje gobernanza**. Este parte del pilar de la gobernanza. Organiza los ámbitos de acción de las tres escalas de la gobernanza, la suprarregional, la interna y la



Sendero La Travesía. La Palma. Fuente: Brand Centre de Islas Canarias



de Canarias, abordando la cooperación entre las diferentes administraciones del territorio. El segundo es el **eje inteligencia**, que integra los ámbitos referidos a la generación de demanda; a los de digitalización, innovación y conocimiento; y los referidos a la sociedad local. Y el tercero es el **eje medioambiental**, que recoge los ámbitos de la internacionalización, los de la sostenibilidad ambiental, y los de la competitividad del espacio físico del destino.

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

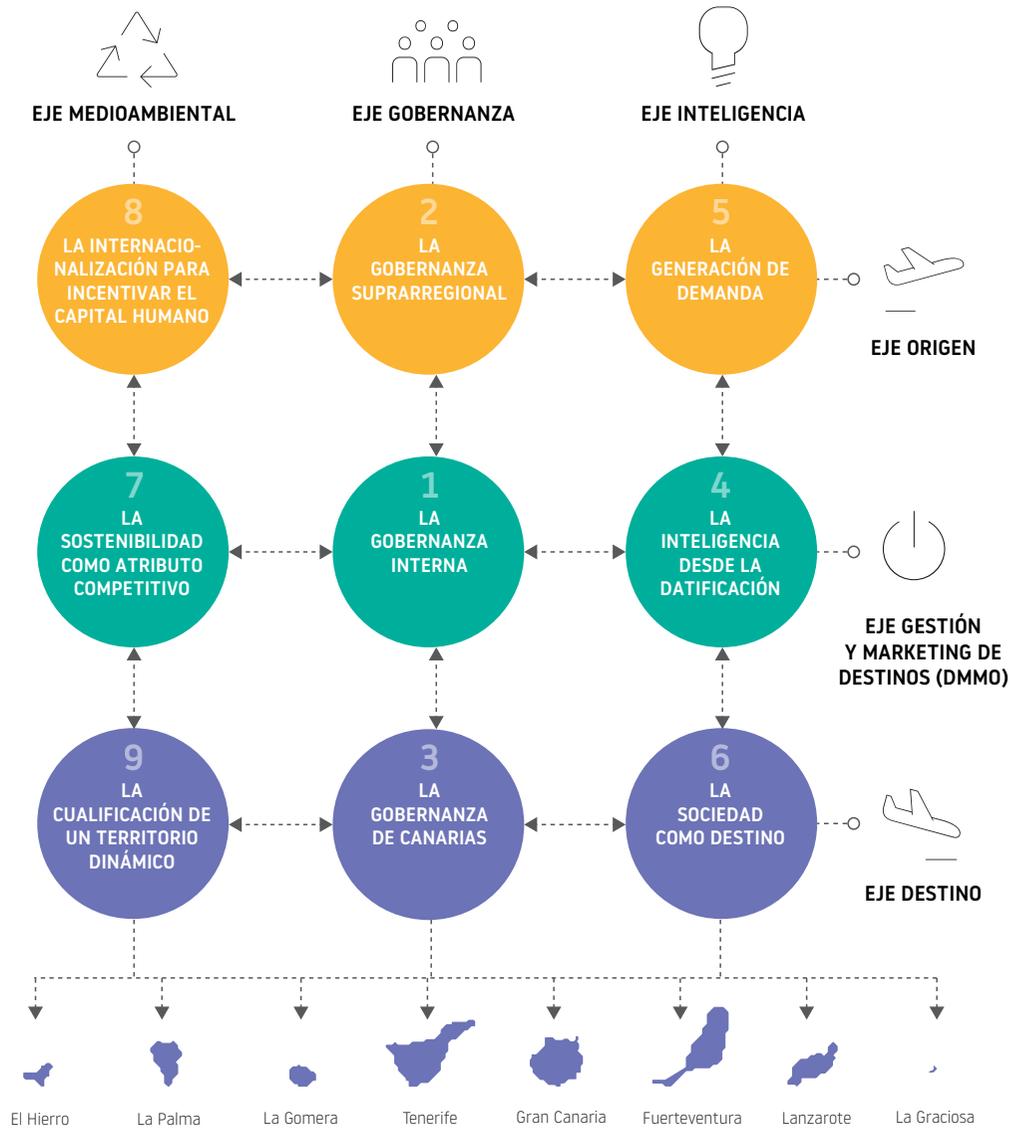
- La gobernanza interna.
- La gobernanza suprarregional.
- La gobernanza de Canarias.

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

- La inteligencia desde la digitalización.
- 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.



Matriz del Plan: Ejes y estrategias

1.1.6 LOS EJES

1.1.6.1 LOS EJES VERTICALES

EJE GOBERNANZA

El eje gobernanza articula los ámbitos del primer pilar del Plan: la gobernanza.

A pesar de la enorme transversalidad del sector turístico, las competencias de turismo son muy reducidas dentro del ordenamiento español y el propio ordenamiento canario. Una estrategia canaria de futuro debe pasar, por un lado, por dotar al turismo de la suficiente capacidad para **coordinar la toma de decisiones** de todas aquellas áreas que afectan a la competitividad de nuestro sector. Es el paso de la gestión de la promoción a la **gestión coordinada integral del destino (DMMO**, en sus siglas inglesas: Destination Marketing and Management Offices). Probablemente el destino canario más avanzado en este ámbito sea la isla de Tenerife, cuya Estrategia Turística se estructura con una clara ambición de crear instrumentos de cooperación y coordinación entre las propias consejerías del Cabildo.

En esta dirección este Plan propone, dentro de este eje, tres estrategias de gobernanza: **la gobernanza interna, la gobernanza suprarregional, y la gobernanza de Canarias**. Las tres estrategias abordan cada uno de los entornos de gestión que permita al Gobierno **coordinar verticalmente** acciones con los **diferentes niveles administrativos**. Y al mismo tiempo define **instrumentos operativos para la coordinación horizontal** dentro del propio Gobierno.



La Presa de Las Niñas, Tejeada, Gran Canaria. Fuente: Brand Centre de Islas Canarias

EJE INTELIGENCIA

El eje inteligencia articula los ámbitos del segundo pilar del Plan: la inteligencia.

Es el eje desde el que se propone impulsar la competitividad del destino de futuro. En este eje se tratan dos **ámbitos de la inteligencia, el digital y el humano**.

En el **ámbito digital**, el enorme salto que el turismo está viviendo con la disrupción de las nuevas tecnologías, debe poner los retos tecnológicos en el centro de su hoja de ruta. Este Plan centra en la robustez de un buen **sistema de adquisición, gestión y tratamiento de los datos** el centro de esta estrategia. Es la materia prima para la monitorización y toma de decisiones de futuro. Sea cual sea la dirección que tomen los nuevos desarrollos tecnológicos, **impulsar la digitalización del destino, la innovación, el conocimiento y la transferencia** son objetivos prioritarios de esta estrategia.

En el **ámbito de lo humano** el Plan, por una lado, tiene una clara estrategia de **generación de demanda, coordinada desde Promotur Turismo de Canarias**. La misma define el enfoque competitivo y los mercados objetivo de Canarias, en la que Promotur se ha dotado de instrumentos ágiles para bifurcar en la toma de decisiones ante contingencias de mercado.

Por otro lado, el Plan plantea una estrategia en el entorno del destino que supere la visión subsidiaria de la **población local y la convierta en agente principal, en uno de sus grandes activos**. Desde esta estrategia se aborda la formación y la puesta en valor de las cadenas de valor del destino.

EJE MEDIOAMBIENTAL

El eje medioambiental articula los ámbitos del tercer pilar del Plan: la sostenibilidad.

Este eje articula tres estrategias. La primera, la puesta en marcha de un ambicioso conjunto de **programas que aborde la sostenibilidad ambiental de Canarias** desde los propios criterios ambientales, **superando una concepción urbanística de la capacidad de carga**. Para ello se proponen los programas necesarios para reformular los **límites del territorio partiendo de su capacidad técnica para absorber visitantes**.

La segunda aborda un conjunto de programas que refuercen nuestra **internacionalización**. Un objetivo directo de esta estrategia es impulsar la construcción de una economía capaz de **mantener el talento de alta formación** en las islas, y así potenciar mantener capital humano de alto valor en el archipiélago. En ello se centra la atracción de inversión y de talento, vía la **internacionalización de nuestras empresas y de nuestro conocimiento**. Canarias tiene la capacidad para **liderar una economía verde y digital con el turismo como sector laboratorio**.

Y la tercera se centra en la **activación del destino** a través de acciones de cualificación del mismo. Esta estrategia pasa por el impulso y refuerzo de los **PMM, del PICAN, de reglamentos operativos de cualificación del espacio turístico**, y de abordar las **competencias de costa** para relanzar la gestión y ordenación de uno de nuestros grandes activos turísticos: **las playas**.

1.1.7 ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS

1.1.7.1 EJE GOBERNANZA

ESTRATEGIA 2: LA GOBERNANZA SUPRARREGIONAL

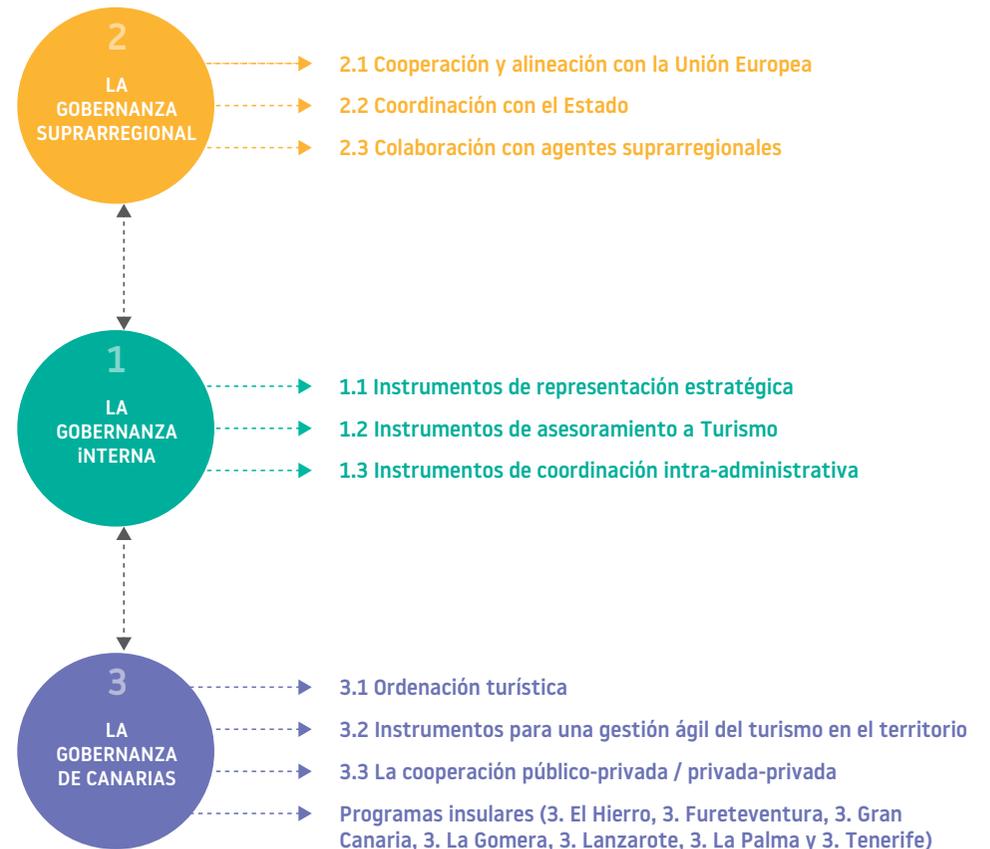
La misma tiene como objeto impulsar la coordinación y cooperación con administraciones del Estado y de la Unión Europea. Al mismo tiempo debe impulsar el trabajo de turismo en la necesaria colaboración con agentes privados que tengan intereses en las islas. Esta estrategia debe permitir colaborar en la fijación de criterios y construcción de alianzas que permitan crear conocimiento compartido.

ESTRATEGIA 1: LA GOBERNANZA INTERNA

Estrategia de inicio del Plan. Tiene como objetivo reforzar los instrumentos de representación estratégica; la representación de turismo en los órganos de Promotur y Hecansa; el impulso de los Consorcios urbanísticos o sectoriales para un gobierno ágil; redefinir instrumentos actuales en órganos de asesoramiento técnico continuo de turismo (Consejo Canario de Turismo y Observatorio del turismo). Y por último, la creación de instrumentos intra-administrativos, para impulsar la cooperación horizontal entre consejerías.

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

La estrategia de gobernanza de Canarias recoge los principales instrumentos de apoyo del Gobierno a las administraciones insulares y municipales. A partir de los instrumentos planteados en ella, se deben abordar acciones tan estratégicas como la Nueva Ley del Turismo, la coordinación del PITCAN, la ordenación de las viviendas vacacionales, o la cooperación estratégica insular y municipal y, en el ámbito privado, impulsar el asesoramiento para los proyectos de interés autonómico, y el asociacionismo empresarial.



1.1.7.2 EJE INTELIGENCIA

ESTRATEGIA 5: LA GENERACIÓN DE DEMANDA

La estrategia de generación de demanda se desarrolla enteramente desde Promotur Turismo de Canarias, y se integra de forma coordinada en este PECT 2025, que la hace suya. En esta estrategia el Plan da cobertura a un programa único de cooepetencia, para impulsar la competencia compartida de cara a coordinar esfuerzos públicos y privados en el trabajo exterior, e impulsa la estrategia de conectividad, capital para Canarias.

ESTRATEGIA 4: LA INTELIGENCIA DESDE LA DATIFICACIÓN

Esta estrategia parte de poner el foco en la adquisición, tratamiento y gestión de los datos para el destino. Disponer de un instrumento de gobernanza como el ISTAC debe servir para potenciar esta estrategia. A partir de esta base, el Plan plantea impulsar cuatro programas clave: la digitalización del sector y de la administración, la innovación, el conocimiento y la transferencia tecnológica.

ESTRATEGIA 6: LA SOCIEDAD COMO DESTINO

Esta estrategia está centrada en convertir en activo a la población residente. Ésta se desarrolla desde el impulso de los valores de tolerancia e identidad de la sociedad; la formación y un empleo cualitativo; el impulso de la calidad de la oferta de servicios y productos; el impulso de la integración de las cadenas de valor intersectoriales del destino; y por último reforzar las actividades del territorio como verdaderos constructores de uno de nuestros grandes recursos: el paisaje.



1.1.7.3 EJE SOSTENIBILIDAD

ESTRATEGIA 8: LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA INCENTIVAR EL CAPITAL HUMANO

Canarias se encuentra en una posición geoestratégica, en la región de la Macaronesia y África occidental que, en el alcance temporal del PECT 2025, le confiere una posición de liderazgo. Las ayudas europeas a Canarias como región ultraperiférica, son una oportunidad para impulsar la relación de vecindad con nuestro entorno compartiendo un modelo de desarrollo turístico sostenible y con fuerte liderazgo en tecnología verde y digital aplicadas al turismo. Fomentar Canarias como laboratorio debe impulsar proyectos y atraer inversión y talento competitivos de valor añadido para las islas.

ESTRATEGIA 7: LA SOSTENIBILIDAD COMO ATRIBUTO COMPETITIVO

Esta estrategia tiene como objeto convertir un compromiso generacional y global en una oportunidad competitiva. Reconvertir Canarias en un destino sostenible debe convertirse en atributo de marca de las islas. El mejor clima del mundo debe estar acompañado por las mejores prácticas ambientales conocidas. Canarias debe liderar una forma de hacer, y convertirse en caso de estudio en la gestión sostenible de los destinos, y de la gestión de sus recursos.

ESTRATEGIA 9: LA CUALIFICACIÓN DE UN TERRITORIO DINÁMICO

Esta estrategia tiene como objeto reforzar e impulsar el turismo como motor de desarrollo económico de Canarias. El territorio debe ser un reflejo de una política basada en las líneas estratégicas planteadas en este Plan, y no al contrario. Diseñar un proceso para Canarias desde una visión sostenible ambiental, y medioambientalmente, debe reforzar la renovación inteligente de nuestras áreas consolidadas, pero también habilitar instrumentos que dinamicen oportunidades cualitativas fuera de las mismas.



1.1.7.4 RESUMEN DE EJES, ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS

1. 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. Fuerteventura*
- *Programa 3. Gran Canaria*
- *Programa 3. La Gomera*
- *Programa 3. Lanzarote*
- *Programa 3. La Palma*
- *Programa 3. Tenerife*

Nota: Se destacan en cursiva los 7 programas insulares

2. 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

3. Eje sostenibilidad: Esfera medioambiental

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

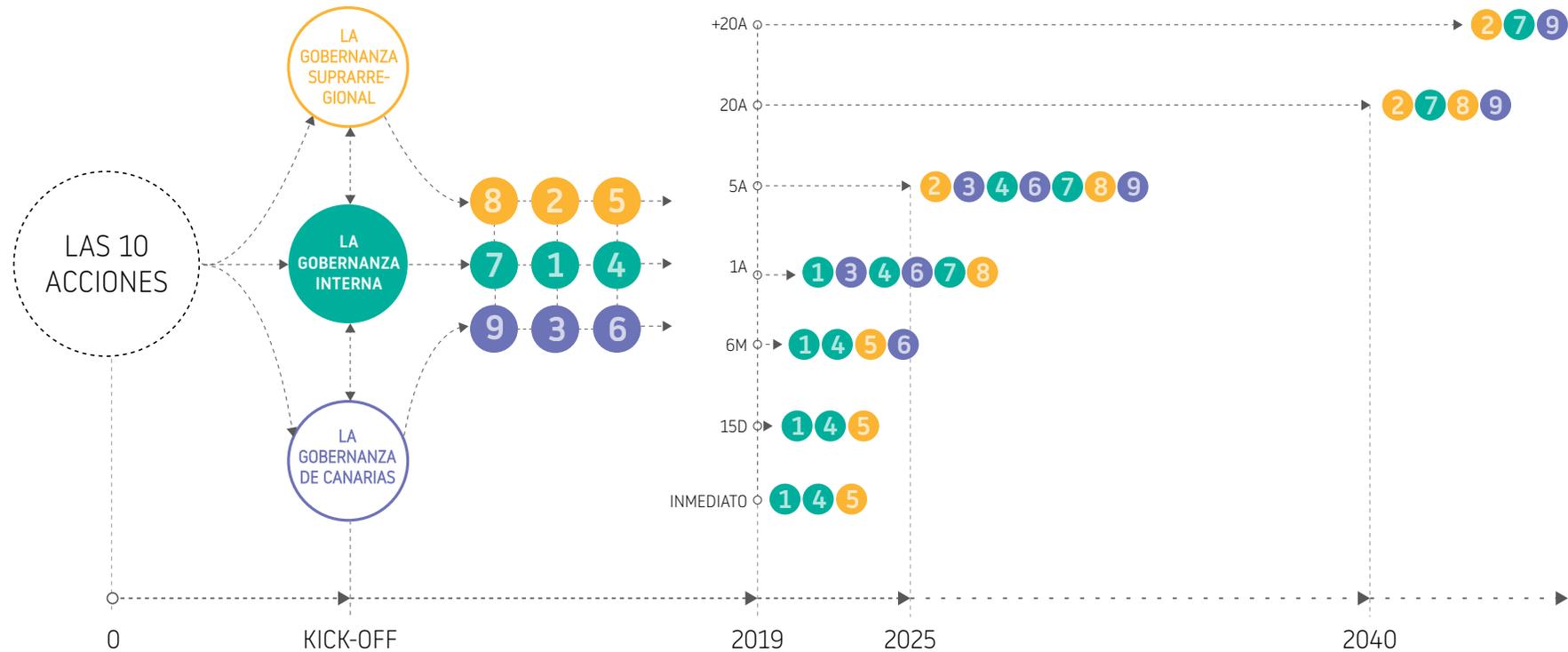


San Juan de la Rambla. Tenerife. Fuente: Brand Centre de Islas Canarias

1.1.8 LA IMPLANTACIÓN DEL PLAN

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

- Una primera fase de implementación inmediata a través de 10 acciones.
- Una segunda fase inmediatamente después, donde se pongan en marcha los instrumentos técnicos de gobernanza que permitan asesorar a la administración turística en la valoración y priorización de las acciones a poner en marcha sobre la base de los objetivos marcados en el propio Plan, pero adaptándose a las circunstancias de oportunidad.
- Finalmente la implementación del Plan propiamente dicho.



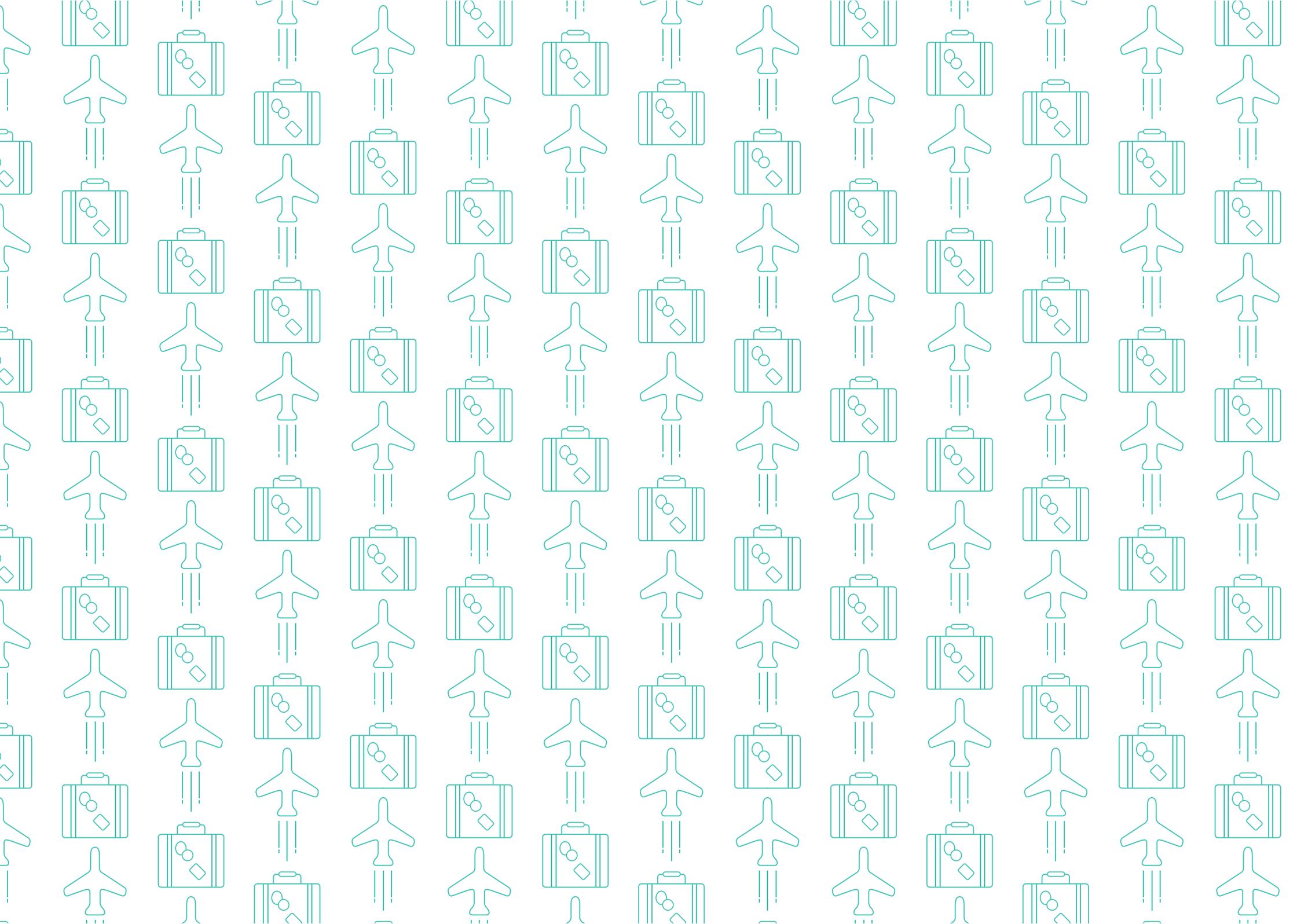
1.1.9 LAS 10 ACCIONES

Como se ha mencionado anteriormente, el PECT 2025 en la primera fase propone 10 acciones de carácter inmediato a poner en marcha al inicio del Plan.

Estas pertenecen a distintas estrategias y programas, haciendo referencia a distintas temáticas como son la Formación, la Conectividad, la Sostenibilidad, la Vivienda Vacacional, Instrumentos de Gobernanza, las Infraestructuras o la Inteligencia.

El gráfico que se muestra a continuación lista las 10 acciones de la primera fase del PECT 2025:







Plan de Canarias
para el Turismo 2025

CAPÍTULO 2

PLAN DE ACCIONES



Plan de Canarias
para el Turismo 2025

CAPÍTULO 1: EJES, ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS

1.1 DOCUMENTO DE EJES, ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS

CAPÍTULO 2: PLAN DE ACCIONES

2.1 PLAN DE ACCIONES

CAPÍTULO 2: PLAN DE ACCIONES

2.1 PLAN DE ACCIONES

ESTRATEGIA 1: LA GOBERNANZA INTERNA

ESTRATEGIA 2: LA GOBERNANZA SUPRARREGIONAL

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

ESTRATEGIA 4: LA INTELIGENCIA DESDE LA DATIFICACIÓN

ESTRATEGIA 5: LA GENERACIÓN DE DEMANDA

ESTRATEGIA 6: LA SOCIEDAD COMO DESTINO

ESTRATEGIA 7: LA SOSTENIBILIDAD COMO ATRIBUTO COMPETITIVO

ESTRATEGIA 8: LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA INCENTIVAR EL CAPITAL HUMANO

ESTRATEGIA 9: LA CUALIFICACIÓN DE UN TERRITORIO DINÁMICO

4.1 PLAN DE ACCIONES

El PECT 2025 recoge un total de 95 acciones insulares que se agrupan en 34 programas distintos (más 7 programas insulares). En este capítulo se presenta una descripción de cada uno de los programas, organizados en las 9 estrategias que propone el Plan, y se listan las acciones que forman parte de cada uno de ellos.

Es importante mencionar que algunos programas tienen un carácter de propuesta de coordinación, cooperación y colaboración inter-administrativa, por lo que en estos casos no se proponen acciones concretas, sino que se describe el objeto del programa.

En el capítulo Anexos se presentan las fichas correspondientes a las 95 acciones, donde se describen y se detallan cada una de ellas.



Castillo de San Gabriel, Arrecife, Lanzarote. Fuente: Brand Centre de Islas Canarias

ESTRATEGIA 1: LA GOBERNANZA INTERNA

PROGRAMA 1.1: INSTRUMENTOS DE REPRESENTACIÓN ESTRATÉGICA

Programa encaminado a:

1. Consolidar la presencia de Turismo en los Consejos de:
 - Promotur Turismo de Canarias
 - Hecansa
 - Consorcios: Consorcio urbanístico para la Rehabilitación de Puerto de la Cruz y nuevos consorcios.
2. Proponer la presencia de Turismo en el Consejo del Observatorio de Paisaje.

ESTRATEGIA 1: LA GOBERNANZA INTERNA

PROGRAMA 1.2: INSTRUMENTOS DE ASESORAMIENTO A TURISMO

Programa enfocado a reforzar el asesoramiento al Consejo Canario de Turismo a través de mesas técnicas y de la reformulación del Observatorio del Turismo como instrumento de análisis del territorio turístico.



EJE GOBERNANZA

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

1.2.1	Impulsar el carácter de asesoramiento técnico del Consejo Canario de Turismo.
-------	---

1.2.2	Reformulación del objeto del Observatorio del turismo.
-------	--

ESTRATEGIA 1: LA GOBERNANZA INTERNA

PROGRAMA 1.3: INSTRUMENTOS DE COORDINACIÓN INTRA-ADMINISTRATIVA

Programa para la creación de mesas de trabajo y para la integración de Turismo en distintas comisiones de carácter operativo, para la introducción de criterios turísticos para la toma de decisiones de Gobierno.



EJE GOBERNANZA

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

1.3.1	Integración y creación de comisiones de carácter operativo.
1.3.2	Mesa de trabajo con la Agencia Canaria de Protección del Medio Natural.
1.3.3	Mesa de Trabajo con la Agencia de Calidad Turística de Canarias.

ESTRATEGIA 2: LA GOBERNANZA SUPRARREGIONAL



EJE GOBERNANZA

PROGRAMA 2.1: COOPERACIÓN Y ALINEACIÓN CON LA UNIÓN EUROPEA

Programa de cooperación con la Unión Europea en la definición de objetivos y legislación relacionadas con Turismo y su rol en las regiones ultraperiféricas; y para la cooperación en la definición de los criterios para la financiación de proyectos de Turismo, de renovación de las infraestructuras turísticas, y de cumplimientos de objetivos en la adaptación de Turismo al Cambio Climático y la eficiencia energética.

PROGRAMA 2.2: COORDINACIÓN CON EL ESTADO

Programa de participación de Turismo en la coordinación con el Estado en materia de Turismo a inteligencia turística, y Medioambiente y Costas; y para la cooperación en la definición de los criterios para la financiación de proyectos de Turismo, de renovación de las infraestructuras turísticas, y de cumplimientos de objetivos en la adaptación de Turismo al Cambio Climático y la eficiencia energética.

PROGRAMA 2.3: COLABORACIÓN CON AGENTES SUPRARREGIONALES

Programa de colaboración con agentes turísticos privados nacionales e internacionales. Y colaboración con las Comunidades Autónomas y agentes públicos internacionales para la transmisión de conocimiento y experiencias.

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3.1: ORDENACIÓN TURÍSTICA

Programa para el impulso a la redacción de legislación turística y de planificación estratégica insular a través de la creación de distintas comisiones.



EJE GOBERNANZA

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

3.1.1	Redacción de una nueva Ley General de Turismo.
3.1.2	Redacción del Estatuto de los municipios turísticos (Directriz 32,3).
3.1.3	Comisión de coordinación estratégica.

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3.2: INSTRUMENTOS PARA UNA GESTIÓN ÁGIL DEL TURISMO EN EL TERRITORIO



EJE GOBERNANZA

Programa para la creación de mesas técnicas y oficinas de consulta para el asesoramiento en la gestión del turismo en el ámbito territorial, juntamente con cabildos y municipios.

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
3.2.1	Creación de la mesa técnica del PITCAN con cabildos y municipios, para actualización de sus indicadores de priorización.
3.2.2	Creación de oficina técnica de asesoramiento a municipios/Cabildos para la ordenación urbanística de las viviendas vacacionales.
3.2.3	Creación de oficina de consulta (asesoramiento) jurídico-técnica para dinamización de proyectos de interés autonómico. Coordinación con la comisión de la Consejería de Territorio.

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3.3: LA COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADA / PRIVADA-PRIVADA



EJE GOBERNANZA

Programa para el impulso de asociaciones empresariales a través de comisiones de seguimiento sectorial y para potenciar la organización privada y fomentar la cooperación en el espacio turístico.

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

3.3.1	Impulso del asociacionismo empresarial.
3.3.2	Impulso a la organización privada para la cooperación en el espacio turístico.

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3. EL HIERRO



EJE GOBERNANZA

Programa para el tratamiento específico a nivel insular de las acciones de:

3.1.1 Redacción de una nueva Ley General de Turismo

3.1.3 Comisión de coordinación estratégica.

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

3.2.2 Creación de oficina técnica de asesoramiento a municipios/Cabildos para la ordenación urbanística de las viviendas vacacionales.

6.2.4 Estudio de adaptación del modelo HECANSA al conjunto de Canarias.

6.5.4 Comisión de trabajo para la activación turística de los espacios naturales.

Se propone como acción inicial específica para El Hierro, a priorizar en la mesa de coordinación estratégica:

3. El estudio de la condiciones de las infraestructuras de El Hierro para implementar el modelo de formación en turismo, y el impulso de los Certificados de Profesionalidad a trabajadores de la isla.

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

3. EH 01	Creación de una comisión de trabajo con el Cabildo de El Hierro.
----------	--

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3. FUERTEVENTURA

Programa para el tratamiento específico a nivel insular de las acciones de:

- 3.1.1 Redacción de una nueva Ley General de Turismo
- 3.1.3 Comisión de coordinación estratégica.
- 3.2.1 Creación de la mesa técnica del PITCAN con cabildos y municipios, para actualización de sus indicadores de priorización.
- 3.2.2 Creación de oficina técnica de asesoramiento a municipios/Cabildos para la ordenación urbanística de las viviendas vacacionales.
- 6.2.4 Estudio de adaptación del modelo HECANSA al conjunto de Canarias.
- 6.5.4 Comisión de trabajo para la activación turística de los espacios naturales.

Se propone como acción inicial específica para Fuerteventura, a priorizar en la mesa de coordinación estratégica:

- 3. Determinaciones relativas a la ordenación de la actividad turística del Plan Insular de Ordenación de Fuerteventura (PIOF).

Priorización de acciones y retos de Fuerteventura:

En la página siguiente se muestran las 6 oportunidades y los 6 retos prioritarios según los resultados de las sesiones de votación electrónica.



EJE GOBERNANZA

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

3. FV 01	Creación de una comisión de trabajo con el Cabildo de Fuerteventura.
----------	--

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3. FUERTEVENTURA



EJE GOBERNANZA

Valore cuál es la importancia del siguiente aspecto para el desarrollo del turismo en Fuerteventura:	Media Fuerteventura
Mejorar la accesibilidad, señalización y puesta en valor del territorio de interior	6,4
Impulsar planes de cooperación e incentivos entre pequeñas empresas y cadenas hoteleras para promover los productos km 0	6,4
Potenciar los activos identificados en la reserva de la Biosfera como complemento al sol y playa exclusivo	6,2
Impulsar desde la acción pública la integración digital de los productos locales en las grandes plataformas de comercialización de experiencias	6,2
Estudio de la aplicación de incentivos fiscales a la renovación del patrimonio inmobiliario de interior	6,1
impulso a la actualización de las infraestructuras portuarias de Corralejo y Morro Jable	6,1

Qué influencia cree que tiene el siguiente reto para el desarrollo del turismo en Fuerteventura:	Media Fuerteventura
La movilidad norte-sur de la isla	6,6
La degradación del patrimonio inmobiliario mayorero	6,3
Liderazgo público en la defensa del medioambiente	6,1
La formación especializada en turismo para habitantes residentes	6,1
Integración y coordinación del sector primario.	6,0
Falta de organización de la información para el turista	5,9

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3. GRAN CANARIA

Programa para el tratamiento específico a nivel insular de las acciones de:

3.1.1 Redacción de una nueva Ley General de Turismo

3.1.3 Comisión de coordinación estratégica.

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

3.2.2 Creación de oficina técnica de asesoramiento a municipios/Cabildos para la ordenación urbanística de las viviendas vacacionales.

6.5.4 Comisión de trabajo para la activación turística de los espacios naturales.

Se propone como acción inicial específica para Gran Canaria, a priorizar en la mesa de coordinación estratégica:

3. Estudio de incentivos para la renovación de centros comerciales obsoletos en zonas turísticas

Priorización de acciones y retos de Gran Canaria:

En la página siguiente se muestran las 6 oportunidades y los 6 retos prioritarios según los resultados de las sesiones de votación electrónica.



EJE GOBERNANZA

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

3. GC 01	Creación de una comisión de trabajo con el Cabildo de Gran Canaria.
----------	---

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3. GRAN CANARIA



Valore cuál es la importancia del siguiente aspecto para el desarrollo del turismo en Gran Canaria:	Media Gran Canaria
Potenciar los recursos de espacios naturales protegidos como complemento al sol y playa	5,8
Fomentar la participación de la sociedad y agentes del territorio en el modelo turístico	5,8
Impulsar desde la acción pública la integración digital de los productos locales en las grandes plataformas de comercialización de experiencias	5,2
Facilitar la capilaridad de la movilidad del turista en el territorio vía tecnología y nuevos sistemas de movilidad	5,1
Impulsar planes de cooperación e incentivos entre pequeñas empresas y cadenas hoteleras para promover los productos km 0	5,1
Campaña de orientación a los jóvenes hacia el sector turístico a través de la dignificación del sector	5,0

Qué influencia cree que tiene el siguiente reto para el desarrollo del turismo en Gran Canaria:	Media Gran Canaria
Liderazgo público en la defensa del medioambiente	6,0
Estudio de incentivos para la renovación de centros comerciales obsoletos en zonas turísticas	5,9
Mejoras de seguridad en las carreteras	5,4
Mejorar la accesibilidad, señalización y puesta en valor del territorio de interior	5,3
Incluir turismo como contenido canario en educación primaria y secundaria	5,1
El impulso de políticas de integración entre los actores del turismo de Sol y Playa y los agentes de interior	4,7

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3. LA GOMERA

Programa para el tratamiento específico a nivel insular de las acciones de:

- 3.1.1 Redacción de una nueva Ley General de Turismo
- 3.1.3 Comisión de coordinación estratégica.
- 3.2.1 Creación de la mesa técnica del PITCAN con cabildos y municipios, para actualización de sus indicadores de priorización.
- 3.2.2 Creación de oficina técnica de asesoramiento a municipios/Cabildos para la ordenación urbanística de las viviendas vacacionales.
- 6.2.4 Estudio de adaptación del modelo HECANSA al conjunto de Canarias.
- 6.5.4 Comisión de trabajo para la activación turística de los espacios naturales.

Se propone como acción inicial específica para La Gomera, a priorizar en la mesa de coordinación estratégica:

- 3. El impulso y la cooperación para el desarrollo del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de La Gomera.

Priorización de acciones y retos de La Gomera:

En la página siguiente se muestran las 6 oportunidades y los 6 retos prioritarios según los resultados de las sesiones de votación electrónica.



EJE GOBERNANZA

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

3. LG 01	Creación de una comisión de trabajo con el Cabildo de La Gomera.
----------	--

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3. LA GOMERA



EJE GOBERNANZA

Valore cuál es la importancia del siguiente aspecto para el desarrollo del turismo en La Gomera:	Media La Gomera
Adopción de estrategias de suficiencia energética para la isla	6,9
Incentivos al desarrollo de modelos de turismo comunitario agro-ecológicos	6,8
Mejorar la accesibilidad, señalización y puesta en valor del territorio	6,7
Contratos de custodia del territorio para vigilar el espacio natural protegido	6,5
Potenciar los activos identificados en la reserva de la Biosfera para la construcción de productos turísticos	6,4
Fomentar la participación de la sociedad y agentes del territorio en el modelo turístico	6,4

Qué influencia cree que tiene el siguiente reto para el desarrollo del turismo en La Gomera:	Media La Gomera
Impulso de negocios complementarios a la oferta turística de la isla	6,7
Formación al sector para la mejora de la atención al cliente y personalización de productos	6,6
La formación especializada en turismo para habitantes residentes	6,5
Liderazgo público en la defensa del medioambiente	6,5
Incentivos para la mejora de las visitas al Parque Nacional de Garajonay	6,4
Mejora de la gestión del espacio natural protegido	6,4

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3. LANZAROTE

Programa para el tratamiento específico a nivel insular de las acciones de:

- 3.1.1 Redacción de una nueva Ley General de Turismo
- 3.1.3 Comisión de coordinación estratégica.
- 3.2.1 Creación de la mesa técnica del PITCAN con cabildos y municipios, para actualización de sus indicadores de priorización.
- 3.2.2 Creación de oficina técnica de asesoramiento a municipios/Cabildos para la ordenación urbanística de las viviendas vacacionales.
- 6.2.4 Estudio de adaptación del modelo HECANSA al conjunto de Canarias.
- 6.5.4 Comisión de trabajo para la activación turística de los espacios naturales.

Se propone como acción inicial específica para Lanzarote, a priorizar en la mesa de coordinación estratégica:

- 3. Impulsar planes de cooperación e incentivos entre pequeñas empresas y cadenas hoteleras para promover los productos km 0

Priorización de acciones y retos de Lanzarote:

En la página siguiente se muestran las 6 oportunidades y los 6 retos prioritarios según los resultados de las sesiones de votación electrónica.



EJE GOBERNANZA

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

3. LZ 01	Creación de una comisión de trabajo con el Cabildo de Lanzarote.
----------	--

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3. LANZAROTE



EJE GOBERNANZA

Valore cuál es la importancia del siguiente aspecto para el desarrollo del turismo en Lanzarote:

Media Lanzarote

Impulsar planes de cooperación e incentivos entre pequeñas empresas y cadenas hoteleras para promover los productos km 0	6,9
Potenciar los recursos de espacios naturales protegidos como complemento al sol y playa	6,8
Incentivos a la utilización de energías limpias en el sector turístico atendiendo a la condiciones climáticas de Lanzarote	6,8
Impulso del CACT, universidad y centros de innovación como instrumentos de conocimiento de apoyo al desarrollo del destino	6,6
Campaña de orientación a los jóvenes hacia el sector turístico a través de la dignificación del sector	6,3
Fomentar la participación de la sociedad y agentes del territorio en el modelo turístico	6,3

Qué influencia cree que tiene el siguiente reto para el desarrollo del turismo en Lanzarote:

Media Lanzarote

Programas de impulso de la gastronomía, oficios, tradiciones y costumbres para transformarlas en nuevas experiencias turísticas	6,6
Refuerzo e implementación de los programas de formación en turismo	6,5
El uso de la tecnología para implementar medidas de accesibilidad universal, físicas y digitales	6,2
Fomento de la articulación del turismo con el resto de sectores (suministros, tecnológicos, energías renovables, técnicos...)	5,6
Liderazgo público en la defensa del medioambiente	5,5
Limitar la generación de residuos por parte del sector turístico	5,2

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3. LA PALMA

Programa para el tratamiento específico a nivel insular de las acciones de:

- 3.1.1 Redacción de una nueva Ley General de Turismo
- 3.1.3 Comisión de coordinación estratégica.
- 3.2.1 Creación de la mesa técnica del PITCAN con cabildos y municipios, para actualización de sus indicadores de priorización.
- 3.2.2 Creación de oficina técnica de asesoramiento a municipios/Cabildos para la ordenación urbanística de las viviendas vacacionales.
- 6.2.4 Estudio de adaptación del modelo HECANSA al conjunto de Canarias.
- 6.5.4 Comisión de trabajo para la activación turística de los espacios naturales.

Se propone como acción inicial específica para La Palma, a priorizar en la mesa de coordinación estratégica:

- 3. El apoyo e impulso de 'La Estrategia Turística para La Palma', cuya síntesis está recogida en el Anexo 2 de este PECT 2025.

Priorización de acciones y retos de La Palma:

En la página siguiente se muestran las 6 oportunidades y los 6 retos prioritarios según los resultados de las sesiones de votación electrónica.



EJE GOBERNANZA

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

3. LP 01	Creación de una comisión de trabajo con el Cabildo de La Palma.
----------	---

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3. LA PALMA



Valore cuál es la importancia del siguiente aspecto para el desarrollo del turismo en La Palma	Media La Palma
Mejorar la accesibilidad, señalización y puesta en valor del territorio	6,1
Fomentar la participación de la sociedad y agentes del territorio en el modelo turístico	6,1
Promover la colaboración público-privada para diseñar grandes incentivos para atraer población local formada en turismo en el exterior	6,0
Potenciar los activos identificados en la reserva de la Biosfera para la construcción de productos turísticos	5,9
Regular y habilitar la actividad económica en espacios protegidos para darle valor y mantenerlo	5,9
Facilitar la capilaridad de la movilidad del turista en el territorio vía tecnología y nuevos sistemas de movilidad	5,6

Qué influencia cree que tiene el siguiente reto para el desarrollo del turismo en La Palma:	Media La Palma
Desdoblamiento del Puerto de Santa Cruz de La Palma (Comercial vs Deportivo, Cruceros)	7,0
Integración y coordinación del sector primario	6,4
La formación especializada en turismo para habitantes residentes	6,4
Mejora de la gestión del espacio natural protegido	6,4
Implementación de oferta hotelera como generadora de empleo	6,3
Adecuación paisajística de las principales infraestructuras	6,3

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3. TENERIFE



EJE GOBERNANZA

Programa para el tratamiento específico a nivel insular de las acciones de:

3.1.1 Redacción de una nueva Ley General de Turismo

3.1.3 Comisión de coordinación estratégica.

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

3.2.2 Creación de oficina técnica de asesoramiento a municipios/Cabildos para la ordenación urbanística de las viviendas vacacionales.

6.5.4 Comisión de trabajo para la activación turística de los espacios naturales.

Se propone como acción inicial específica para Tenerife, a priorizar en la mesa de coordinación estratégica:

3. Impulso a la implementación de las vías de comunicación rodada de la isla.

Priorización de acciones y retos de Tenerife:

En la página siguiente se muestran las 6 oportunidades y los 6 retos prioritarios según los resultados de las sesiones de votación electrónica.

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

3. TF 01	Creación de una comisión de trabajo con el Cabildo de Tenerife.
----------	---

ESTRATEGIA 3: LA GOBERNANZA DE CANARIAS

PROGRAMA 3. TENERIFE



EJE GOBERNANZA

Valore cuál es la importancia del siguiente aspecto para el desarrollo del turismo en Tenerife:

Media Tenerife

Potenciar los recursos de espacios naturales protegidos como complemento al sol y playa	6,2
Impulsar planes de cooperación e incentivos entre pequeñas empresas y cadenas hoteleras para promover los productos km 0	6,0
Facilitar la capilaridad de la movilidad del turista en el territorio vía tecnología y nuevos sistemas de movilidad	5,9
Estudio de la aplicación de incentivos fiscales a la oferta de turismo rural como agentes de conservación del paisaje	5,8
Fomentar la participación de la sociedad y agentes del territorio en el modelo turístico	5,8
Impulso de instrumentos de gobernanza compartida para la implementación del destino (Mesas político-técnicas, Convenios y Consorcios)	5,7

Qué influencia cree que tiene el siguiente reto para el desarrollo del turismo en Tenerife:

Media Tenerife

Actuaciones de mejora en la TF-5	6,2
Actuaciones de mejora en la TF-1	6,1
Impulso al cierre del anillo insular	6,0
Fomento de la articulación del turismo con el resto de sectores (suministros, tecnológicos, energías renovables, técnicos...)	5,6
Ayudar al sector de alojamiento a diversificar y diferenciar su producto, vía incentivar el desarrollo de productos competitivos en el territorio	5,5
Liderazgo público en la defensa del medioambiente	5,4

ESTRATEGIA 4: LA INTELIGENCIA DESDE LA DATIFICACIÓN

PROGRAMA 4.1: LA DATIFICACIÓN

Programa para impulsar la cooperación público-privada para compartir datos, potenciar el uso del servicio público de datos en el sector, fomentar el desarrollo de herramientas digitales y apoyar proyectos de datificación en el sector turístico.



EJE INTELIGENCIA

CÓDIGO ACCIÓN

ACCIÓN

4.1.1	Plan de alianza público-privada para compartir datos.
4.1.2	Impulsar el desarrollo de herramientas digitales para el análisis de mercados y adquisición de clientes.
4.1.3	Proyecto de apoyo a proyectos de datificación del comportamiento del visitante en el espacio público. (IoT)

ESTRATEGIA 4: LA INTELIGENCIA DESDE LA DATIFICACIÓN

PROGRAMA 4.2: LA DIGITALIZACIÓN

Programa para el impulso de la digitalización del sector público y privado, el intercambio de datos entre administraciones y agentes privados y la implantación de destinos turísticos inteligentes a través del desarrollo de infraestructuras digitales.



EJE INTELIGENCIA

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

4.2.1	Proyecto de interoperabilidad para compartir datos entre administraciones públicas y los agentes privados (open data).
4.2.2	Estudio de Incentivos para la digitalización del sector privado.
4.2.3	Proyecto de sistema digital interadministrativo para la gestión de licencias turísticas.
4.2.4	Impulso financiero para la implantación de destinos turísticos inteligentes.

ESTRATEGIA 4: LA INTELIGENCIA DESDE LA DATIFICACIÓN

PROGRAMA 4.3: LA INNOVACIÓN

Programa para fomentar el desarrollo de la innovación en el sector a través de ayudas a start-ups y de la creación de comisiones de coordinación y cooperación con entidades públicas para incentivar la innovación tecnológica en turismo.



EJE INTELIGENCIA

CÓDIGO ACCIÓN

ACCIÓN

4.3.1	Estudio para la implantación de ayudas a start-ups dirigidas al desarrollo de innovación turística.
4.3.2	Proyecto de coordinación de ayudas públicas a la innovación tecnológica en turismo.

ESTRATEGIA 4: LA INTELIGENCIA DESDE LA DATIFICACIÓN

PROGRAMA 4.4: EL CONOCIMIENTO

Programa para impulsar la investigación en turismo, en universidades y centros de investigación públicos y privados, y para apoyar congresos internacionales en Canarias sobre turismo.



EJE INTELIGENCIA

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

4.4.1	Proyecto de apoyo a la investigación en turismo: TIDES, Cátedra de Turismo, ETSALPGC, y resto de centros públicos y privados.
4.4.2	Línea de apoyo a congresos internacionales en Canarias sobre el futuro y la innovación del sector.

ESTRATEGIA 4: LA INTELIGENCIA DESDE LA DATIFICACIÓN

PROGRAMA 4.5: LA TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

Programa enfocado a la transferencia de conocimiento de las universidades canarias y centros de investigación en turismo e impulso a la creación de un FAB-LAB de Turismo en Canarias.



EJE INTELIGENCIA

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

4.5.1	Proyecto de transferencia de conocimiento de las Universidades canarias.
-------	--

4.5.2	Proyecto de apoyo a la transferencia de centros I+D de turismo
-------	--

4.5.3	Proyecto para la implantación de un FAB-LAB de Turismo en Canarias
-------	--

ESTRATEGIA 5: LA GENERACIÓN DE DEMANDA

PROGRAMA 5.1: ENFOQUE COMPETITIVO (MERCADOS)

El programa de enfoque competitivo se desarrolla extensamente en el capítulo '0' de la memoria de este Plan. El desarrollo de su propio programa de acciones tiene una implantación dinámica, fijada anualmente diseñada desde Promotur Turismo de Canarias.

El objetivo de este programa es consolidar la marca paraguas Islas Canarias como marca respaldo del conjunto de destinos insulares.



EJE INTELIGENCIA

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

5.1.1	Comisión de coordinación de las 'Coopetencia' (coordinación entre agentes públicos y privados para competir globalmente).
-------	---

ESTRATEGIA 5: LA GENERACIÓN DE DEMANDA

PROGRAMA 5.2: LA CONECTIVIDAD INTERINSULAR

Programa para la mejora de la coordinación entre servicios inter-insulares y conexiones internacionales, la organización de la conectividad insular para permitir excursiones entre islas y “commuting” laboral y la implantación de fórmulas que faciliten la capilaridad del turista en las islas menores.



EJE INTELIGENCIA

CÓDIGO ACCIÓN

ACCIÓN

5.2.1	Mesa Técnica de conectividad.
5.2.2	Mesa de coordinación de las conexiones aéreas inter-insulares.
5.2.3	Estudio de diagnóstico estratégica de conectividad interior de las Islas Canarias
5.2.4	MaaS. Movilidad planteada como un servicio.

ESTRATEGIA 5: LA GENERACIÓN DE DEMANDA

PROGRAMA 5.3: LA CONECTIVIDAD EUROPEA E INTERNACIONAL

Programa para la ampliación de la conectividad europea e internacional a través de nuevas rutas aéreas regulares entre Canarias y otros destinos internacionales.



EJE INTELIGENCIA

CÓDIGO ACCIÓN

ACCIÓN

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
5.3.2	Plan de Conectividad Aérea de Largo Alcance.

ESTRATEGIA 6: LA SOCIEDAD COMO DESTINO

PROGRAMA 6.1: LA AUTOESTIMA SOCIAL

Programa enfocado al impulso de la identidad local como activo turístico, a la integración social a través de la colaboración de la sociedad local con agentes turísticos, de la artesanía local y de las fiestas populares; y a la puesta en valor del Turismo.



EJE INTELIGENCIA

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

6.1.1	Plan de impulso de la autenticidad, identidad, hospitalidad y la tolerancia de la sociedad local como activo turístico.
6.1.2	Plan de sensibilización, integración y cohesión social respecto al turismo
6.1.3	Plan de puesta en valor del Turismo.

ESTRATEGIA 6: LA SOCIEDAD COMO DESTINO

PROGRAMA 6.2: LA FORMACIÓN Y EL EMPLEO

Programa para la mejora de la formación y el empleo en toda la cadena de valor del sector turístico a través del impulso al sistema de formación bilingüe, la implantación de la formación Dual en la FP y la formación a profesionales del sector a través de la colaboración entre entidades.



EJE INTELIGENCIA

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
6.2.1	Estudio del mapa de la cadena de valor de la formación en turismo.
6.2.2	Programa para la formación en idiomas de profesores en toda la cadena de valor de la enseñanza (sistema formación bilingüe).
6.2.3	Comisión para la Formación en Turismo.
6.2.4	Estudio de adaptación del modelo HECANSA al conjunto de Canarias.
6.2.5	Campaña de orientación a los jóvenes hacia el sector turístico a través de la dignificación del sector.
6.2.6	Promover la colaboración público-privada para diseñar grandes incentivos para atraer población local formada en turismo en el exterior.

ESTRATEGIA 6: LA SOCIEDAD COMO DESTINO

PROGRAMA 6.3: LA CALIDAD DE LA OFERTA

Programa para potenciar la calidad en la oferta de toda la cadena de valor del turismo, a través de comisiones de trabajo que definan los criterios a introducir, y para incentivar actividades que añadan valor a la cadena turística.



EJE INTELIGENCIA

CÓDIGO ACCIÓN

ACCIÓN

6.3.1	Comisión de trabajo para desarrollar los criterios para la financiación de productos turísticos diversificados, públicos y privados.
6.3.2	Comisión de trabajo para el desarrollo de un sello regional de calidad propio de Canarias.
6.3.3	Redacción del reglamento de los estándares de calidad.
6.3.4	Incentivar ayudas a emprendedores que añadan valor a la cadena turística en los sectores del bienestar, la salud, la cultura y la sostenibilidad.

ESTRATEGIA 6: LA SOCIEDAD COMO DESTINO

PROGRAMA 6.4: LA TRANSVERSALIDAD ECONÓMICA (CADENAS DE VALOR)

Programa enfocado a integrar las cadenas de valor transversales con las actividades turísticas a través de comisiones de trabajo y a impulsar zonas comerciales como activos turísticos y emprendedores locales en áreas turísticas.



EJE INTELIGENCIA

CÓDIGO ACCIÓN

ACCIÓN

6.4.1	Comisión de trabajo para la integración y coordinación transversal de las cadenas de valor indirectas con la de actividades turísticas.
6.4.2	Comisión de trabajo de Comercio.

ESTRATEGIA 6: LA SOCIEDAD COMO DESTINO

PROGRAMA 6.5: LA CADENA DE VALOR DEL PAISAJE

Programa para potenciar el valor del paisaje en el sector turístico a través del impulso a actividades de conservación y restauración del paisaje público y privado, actividades y productos relacionados con el medio natural y la activación turística de espacios naturales a través de comisiones de trabajo.



EJE INTELIGENCIA

CÓDIGO ACCIÓN

ACCIÓN

6.5.1	Mesa de negociación, coordinación e incentivos para la adopción de productos gastronómicos locales, km 0, en los alojamientos turísticos.
6.5.2	Estudio de incentivos fiscales al turismo Rural.
6.5.3	Estudio de incentivos fiscales para agentes de custodia del paisaje de propiedad pública.
6.5.4	Comisión de trabajo para la activación turística de los espacios naturales.

ESTRATEGIA 7: LA SOSTENIBILIDAD COMO ATRIBUTO COMPETITIVO

PROGRAMA 7.1: DESCARBONIZACIÓN, PLÁSTICO 0 Y GESTIÓN CIRCULAR DE RESIDUOS

Programa para integrar la actividad turística en el territorio y medioambiente en el que operan, dentro del marco de una economía verde, azul y circular, y para transformar Canarias en un destino turístico limpio, mediante el fomento del carbón neutral, plástico 0 y gestión circular de residuos.



EJE SOSTENIBILIDAD

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
7.1.1	Proyecto para la transformación de Canarias en destino turístico Plástico 0.
7.1.2	Plan de adaptación del Turismo a las estrategias del Gobierno de Canarias en cuanto a descarbonización, plástico 0 y residuos.
7.1.3	Plan para un desarrollo sostenible del ciclo integral del agua (abasto, residuales y pluviales).
7.1.4	Estudio de incentivos para el incremento de la eficiencia energética y la gestión de residuos.

ESTRATEGIA 7: LA SOSTENIBILIDAD COMO ATRIBUTO COMPETITIVO

PROGRAMA 7.2: EFICIENCIA ENERGÉTICA Y ENERGÍAS RENOVABLES

Programa para la adaptación de Canarias a los objetivos de la UE en términos de eficiencia energética a través de energías limpias y para la transformación del modelo energético de la actividad turística en un modelo verde y circular.



EJE SOSTENIBILIDAD

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
7.2.1	Estudio de las condiciones actuales en cuanto a la eficiencia energética y el consumo de energías renovables en el sector turístico.
7.2.2	Mesa Técnica sobre la gestión de la eficiencia energética y el consumo de energías renovables en el sector turístico.
7.2.3	Comisión de estudio para introducir los objetivos de eficiencia energética de la Directiva Europea como condiciones de aplicación a los incentivos regionales.
7.2.4	Estudio para la introducción de incentivos fiscales para el fomento del vehículo eléctrico vinculados al sector turístico.

ESTRATEGIA 7: LA SOSTENIBILIDAD COMO ATRIBUTO COMPETITIVO

PROGRAMA 7.1: DESCARBONIZACIÓN, PLÁSTICO 0 Y GESTIÓN CIRCULAR DE RESIDUOS

Programa para adaptar la actividad turística al Cambio Climático, mitigando los efectos producidos por este fenómeno en Canarias, y para transformar Canarias en un destino de referencia en urbanizaciones turísticas resilientes.



EJE SOSTENIBILIDAD

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

7.3.1	Estudio de afecciones del Cambio Climático en las zonas e infraestructuras turísticas.
-------	--

ESTRATEGIA 7: LA SOSTENIBILIDAD COMO ATRIBUTO COMPETITIVO

PROGRAMA 7.4: MOVILIDAD SOSTENIBLE

Programa para el impulso de modelos de transporte sostenibles y para incentivar la adaptación de las infraestructuras turísticas para conseguir una movilidad más eficiente y sostenible, aprovechando al máximo los recursos existentes.



EJE SOSTENIBILIDAD

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
7.4.1.	Estudio de incentivos para la adaptación de las infraestructuras turísticas a la accesibilidad universal e inclusiva.
7.4.2.	Estudio de incentivos para movilidad emisiones cero
7.4.3.	Plan de Mejora de Travesías Urbanas
7.4.4.	Impulso a la gestión de movilidad integrada para trabajadores (modelo FEDOLA)
7.4.5.	Impulso de la movilidad compartida y a la demanda (MaaS)
7.4.6.	Proyecto de Integración paisajística de Infraestructuras viarias insulares.

ESTRATEGIA 7: LA SOSTENIBILIDAD COMO ATRIBUTO COMPETITIVO

PROGRAMA 7.5. METABOLISMO TERRITORIAL CIRCULAR

Programa para impulsar la descarbonización y la eficiencia energética como estrategia de compensación del Turismo, y para el ajuste del concepto de Capacidad de Carga Turística, consenso de una metodología de cálculo y sus parámetros generales a estudiar y para establecer las escalas y parámetros de trabajo atendiendo a la particularidad geográfica de cada enclave.



EJE SOSTENIBILIDAD

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
7.5.1	Estudio para la definición de parámetros limitantes del crecimiento y su normativa.
7.5.2	Pacto por el Turismo para la descarbonización, la eficiencia energética y el Cambio Climático.

ESTRATEGIA 8: LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA INCENTIVAR EL CAPITAL HUMANO

PROGRAMA 8.1: CANARIAS COMO HUB REGIONAL

Programa para el impulso de la cooperación turística con la región ultraperiférica (Macaronesia y África occidental) para potenciar Canarias como un Hub regional.



EJE SOSTENIBILIDAD

CÓDIGO ACCIÓN

ACCIÓN

8.1.1	Impulso de la cooperación turística en la región (Macaronesia y África occidental).
8.1.2	Proyecto de cooperación de la región ultraperiférica (Macaronesia y África occidental).

ESTRATEGIA 8: LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA INCENTIVAR EL CAPITAL HUMANO

PROGRAMA 8.2: LA EXPORTACIÓN (OUTPUT)

Programa para el impulso de la transferencia de conocimiento desde las universidades y para la internacionalización de empresas turísticas consolidadas y de start-ups tecnológicas del sector.



EJE SOSTENIBILIDAD

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

8.2.1	Estudio de líneas de apoyo a la transferencia del conocimiento desde las universidades canarias.
8.2.2	Apoyo a la internacionalización de empresas turísticas consolidadas.
8.2.3	Programa de ayudas a la internacionalización de start-ups tecnológicas del sector turístico.

ESTRATEGIA 8: LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA INCENTIVAR EL CAPITAL HUMANO

PROGRAMA 8.3: LA ATRACCIÓN (INPUT):

Programa para impulsar la atracción de talento, la atracción de inversores y a los nómadas digitales a Canarias.



EJE SOSTENIBILIDAD

CÓDIGO ACCIÓN

ACCIÓN

8.3.1	Impulso a las oficinas de atracción de inversiones.
8.3.2	Impulso de las oficinas de atracción de talento y nómadas digitales

ESTRATEGIA 9: LA CUALIFICACIÓN DE UN TERRITORIO DINÁMICO

PROGRAMA 9.1: LA RENOVACIÓN DE ZONAS TURÍSTICAS

Programa para impulsar la renovación de espacios públicos, la renovación de alojamientos turísticos, la reapertura de establecimientos y reconversión turística de alojamientos residencializados.



EJE SOSTENIBILIDAD

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
9.1.1	Impulso a los PMM como instrumentos de modernización turística.
9.1.2	Impulso de líneas de financiación para la renovación de los espacios públicos
9.1.3	Incentivos regionales. Mantenimiento y refuerzo de los incentivos regionales a la renovación de alojamientos turísticos.
9.1.4	Estudio para aplicación de incentivos para la renovación para la reapertura de establecimientos y para reconversión turística de alojamientos residencializados.
9.1.5	Modificación de los estándares turísticos recogidos en el Decreto 142/2010.

ESTRATEGIA 9: LA CUALIFICACIÓN DE UN TERRITORIO DINÁMICO

PROGRAMA 9.2: INFRAESTRUCTURAS:

Programa para el impulso a la actualización del Plan anual del PITCAN y a la estrategia de Terminales de Transporte 4.0. Las actuaciones de infraestructuras se tratan sucintamente en las acciones de gobernanza.



EJE SOSTENIBILIDAD

CÓDIGO ACCIÓN

ACCIÓN

9.2.1	PITCAN. Actualización anual del Plan.
9.2.2	Estrategia para Terminales de Transporte 4.0

ESTRATEGIA 9: LA CUALIFICACIÓN DE UN TERRITORIO DINÁMICO

PROGRAMA 9.3: CUALIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO

Programa para la definición de los parámetros urbanísticos según tipologías turísticas, el desarrollo de estándares incorporando las características del usuario y del espacio turístico concreto, y la incorporación de los procesos de innovación dentro de una revisión continua de los estándares turísticos.



EJE SOSTENIBILIDAD

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
9.3.1	Redacción de Reglamento de estándares de infraestructuras y del espacio turístico.
9.3.2	Redacción de indicadores medioambientales del espacio turístico.
9.3.3	Redacción de regulación de contratos de custodia de espacios protegidos como compensación de desarrollos turísticos.

ESTRATEGIA 9: LA CUALIFICACIÓN DE UN TERRITORIO DINÁMICO

PROGRAMA 9.4: LAS COMPETENCIAS DE COSTAS

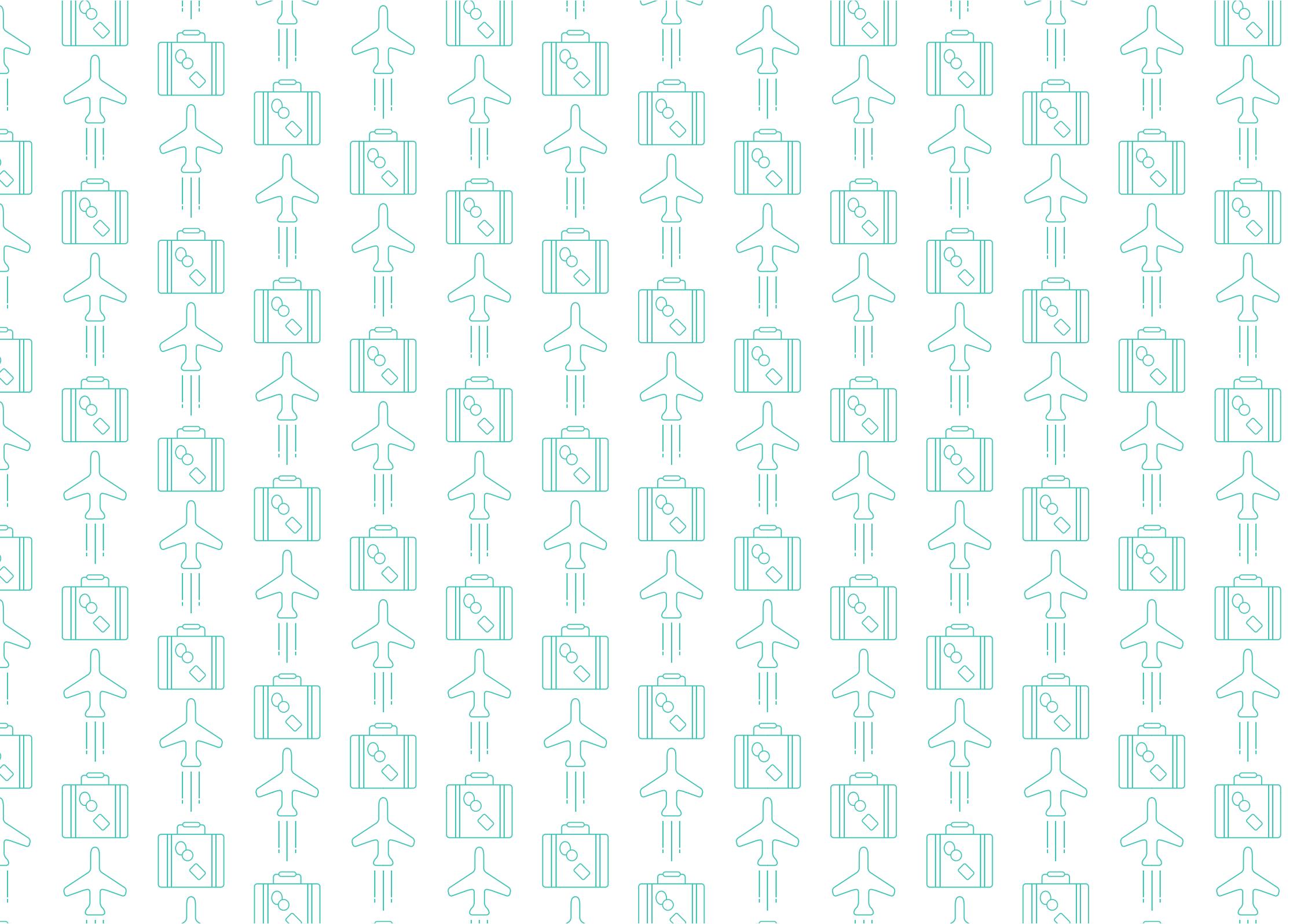
Programa para impulsar la transferencia de las competencias de costas al Gobierno de Canarias y añadir a la gestión de las mismas la definición de usos de las playas del Archipiélago.



EJE SOSTENIBILIDAD

CÓDIGO ACCIÓN	ACCIÓN
---------------	--------

9.4.1	Impulsar la transferencia de competencias de costas. Añadir a la gestión la definición de usos de playas.
-------	---





Plan de Canarias
para el Turismo 2025



Plan de Canarias
para el Turismo 2025

EQUIPO REDACTOR

Órgano contratante:

Gobierno de Canarias

Excmo. Sr. D. Isaac Castellano San Ginés

Consejero de Turismo, Cultura y Deportes

Ilmo. Sr. D. Cristóbal de la Rosa Croissier

Viceconsejero de Turismo

Vanessa Muiños Paniagua

Producción. Viceconsejería de Turismo

Empresa redactora:

Intelligent Atlas, S.L.,

Laboratorio de Planeamiento y Arquitectura, S.L.,

Mcrit S.L.,

UTE

Director:

Luis Falcón Martínez de Marañón (inAtlas)

Consultores sénior:

Juan Palop-Casado (LPA)

Andreu Ulled Seguí (Mcrit)

Silvia Banchini (InAtlas)

Oriol Biosca Reig (Mcrit)



Equipo interno de la UTE:

Elisabet Palma, Alessandra Cappai y Mauri Arévalo (inAtlas)

José Francisco Herrera, Samuel Moreno y Helia Suárez (LPA)

Harold del Castillo, Judith Requena, Rafa Rodrigo, Albert Solé, Laura Noguera y Marite Guevara (Mcrit)

Externos:

Manuel Luis Hernández Díaz y María Guardiet de Vera (Promotur Turismo de Canarias) / Generación de demanda turística.

Antonio Garzón Beckmann (Experto en Turismo) / Tendencias turismo internacional.

Alberto J. Rodríguez Darías (Universidad de la Laguna) / Proceso Participativo.

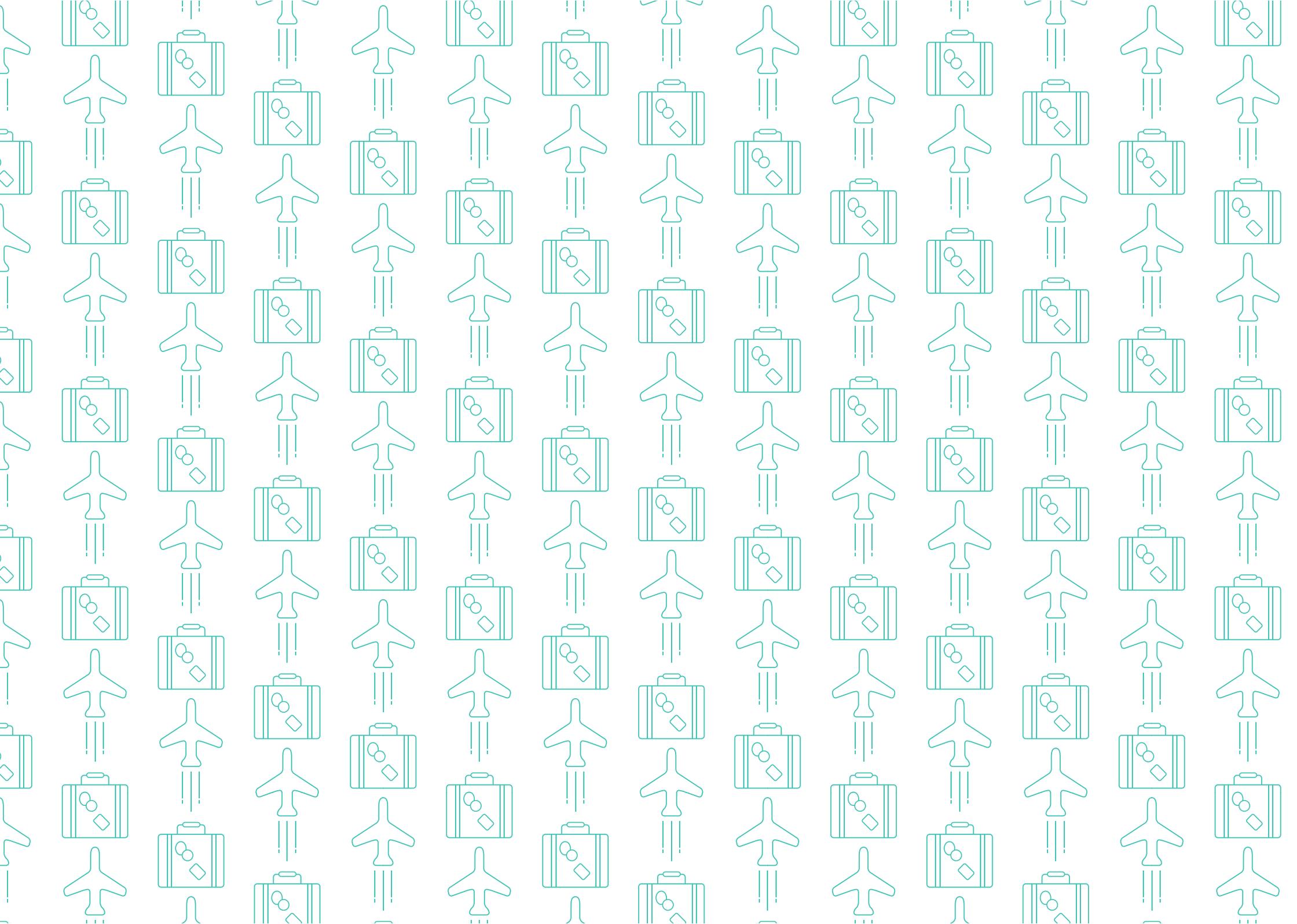
Jesús Villodre Cordero y Jerónimo Pérez Bencomo (Urbanismo Abogados) / Mesa técnica de turismo y legislación/ordenación

Justo Fernández Duque y Ángel M. Caro Cano (Arquitectos y urbanistas) / Las islas verdes.

Lars Petter Amundsen / Imagen corporativa.

Lars Petter Amundsen y Carla Garrido Puerta / Infografías y estilos tipográficos.







Plan de Canarias
para el Turismo 2025

1 de marzo 2019