



**Facultad de Economía,
Empresa y Turismo**
Universidad de La Laguna

MEMORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

ALTERNATIVAS AL TURISMO POST-COVID

Autor/a: Irina Martín Alonso

Tutor/a: Iván Domingo Gonzáles Barrios

Grado en Turismo (Campus La Laguna)

Facultad de Economía, Empresas y Turismo

Curso Académico 2020-2021

Convocatoria de Junio

San Cristóbal de La Laguna, 9 de Junio de 2020

INDÍCE

0. RESUMEN.....	5
1. INTRODUCCIÓN	6
2. OBJETIVOS GENERALES.....	7
2.1.OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
3. BLOQUE 1, SITUACIÓN TURÍSTICA ANTES DEL COVID-19.....	7
3.1.NÚMERO DE TURISTAS QUE VISITAN LANZAROTE.....	9
3.2. GASTO MEDIO POR TURISTA EN EL AÑO 2019.....	9
3.3. PAÍS DE RESIDENCIA DE LOS TURISTAS.....	10
3.4. PERFIL DE LOS TURISTAS	10
3.5. MOTIVACIÓN DE LOS TURISTAS PARA VISITAR LANZAROTE.....	10
3.6. TIPO DE ALOJAMIENTO.....	11
3.7. TOUR OPERADORES.....	11
3.8. ANÁLISIS DAFO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA EN EL 2019.....	12
4. BLOQUE 2: EL TURISMO POST-COVID.....	13
4.1. NÚMERO DE TURISTAS QUE VISITAN LANZAROTE EN EL 2020-2021.....	14
4.2. GASTO MEDIO POR TURISTA Y DÍA, LANZAROTE AÑO 2020.....	14
4.3. ENTRADAS DE TURISTAS A LANZAROTE SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA (2020)	14

4.4. ALOJAMIENTO EN 2020.....	15
4.5. DAFO DE LA SITUACIÓN POST-COVID DE LANZAROTE.....	15
5. BLOQUE 3: PROPUESTAS PARA EL TURISMO POST-COVID.....	16
5.1. PROPUESTA NÚMERO 1: TURISMO DEPORTIVO DE ÉLITE.....	17
5.2. PROPUESTA NÚMERO 2: TURISMO DE AUTOCARAVANAS.....	19
5.3. PROPUESTA NÚMERO 3: INNOVACIÓN EN LOS CENTROS CULTURALES.....	21
5.4. PROPUESTA NÚMERO 4: VIAJES DEL IMSERSO.....	22
5.5. PROPUESTA NÚMERO 5: TURISMO DEL DETOX TECNOLÓGICO Y TURISMO DE- DICADO A LOS QUE TELETRABAJAN.....	24
5.6. PROPUESTA NÚMERO 6: TURISMO NACIONAL.....	26
5.7. MEDIDAS PARA LAS PROPUESTAS.....	28
6. BLOQUE 4: ¿HA CAMBIADO LANZAROTE SU ESTRUCTURA TURÍSTICA?.....	29
7. CONCLUSIONES.....	32
8. BIBLIOGRAFÍA.....	34
9. ANEXOS.....	35
ANEXO 1. NÚMERO DE TURISTAS QUE VISITAN LANZAROTE, AÑO 2018-2019.....	35
ANEXO 2. GASTO MEDIO POR TURISTA Y DÍA SEGÚN TRIMESTRE (2020-2018) LANZA- ROTe.....	35
ANEXO 3. PAÍS DE RESIDENCIA DE LOS TURISTAS QUE VISITAN LANZAROTE.....	36

ANEXO 4. PERFIL DEL TURISTA.....	37
ANEXO 5.PRINCIPALES MOTIVOS DE LOS TURISTAS PARA VISITAR LANZAROTE.....	38
ANEXO 6. TIPO DE ALOJAMIENTO QUE ELIGEN LOS TURISTAS EN LANZAROTE.....	38
ANEXO 7. DAFO DEL DESTINO EN 2019.....	39
ANEXO 8. NÚMERO DE TURISTAS QUE VISITARON LANZAROTE EN EL 2020-2021.....	41
ANEXO 9. PAÍS DE RESIDENCIA DE LOS TURISTAS QUE VIENEN A LANZAROTE. 2020.....	41
ANEXO 10. ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN LANZAROTE. COMPARACIÓN 2019- 2020.....	42
ANEXO 11. DAFO DEL DESTINO EN 2020.....	43
ANEXO 12. NÚMERO DE CASOS POSITIVOS Y MUERTES POR COMUNIDAD.....	45
ANEXO 13. NÚMERO DE ESPAÑOLES TELETRABAJANDO EN 2020.....	46
ANEXO 14. PAÍSES QUE EMPEZARON A TELETRABAJAR A CAUSA DEL COVID- 19.....	47

RESUMEN

Con este proyecto se pretende analizar como era la estructura del turismo antes de la llegada del Covid-19, y como es el nuevo turismo, el Turismo Post-Covid. El objeto de estudio será la isla de Lanzarote. Se analizará los datos que aportaba el turismo en los años de mayor auge, y posteriormente, se compararán con los datos obtenidos tras la pandemia. Una vez realizada dicha comparación, se procederá a aportar propuestas para paliar la crisis que ha dejado el virus en el sector servicios. Finalmente, se examinará si realmente, la isla de Lanzarote, ha cambiado la estructura del modelo turístico.

PALABRAS CLAVES

Turismo Post-Covid Propuestas Cambio Estructura del Modelo Turístico

ABSTRAC

This project aims to analyze what the structure of tourism was like before the arrival of Covid-19, and what the new tourism is like, Post-Covid Tourism. The object of study will be the island of Lanzarote. The data provided by tourism in the peak years will be analyzed, and subsequently, they will be compared with the data obtained after the pandemic. Once this comparison has been made, proposals will be made to alleviate the crisis that the virus has left in the service sector. Finally, it will be examined whether the island of Lanzarote has really changed the structure of the tourist model.

KEYWORDS

Post-Covid Tourism Proposals Change Structure of the Tourism Model

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo nace con la afán de estudiar cómo es la estructura del modelo turístico de la Isla de Lanzarote. Principalmente, se empezará a estudiar los datos turísticos de los años 2018 y 2019, tomando como referencia el número de turistas que visitan la isla, el gasto que realizan, el país de donde proceden, el perfil de turista, los principales motivos por los que viene a la isla, y los principales tour operadores que cooperan con el destino.

Una vez analizados estos datos, se realizará el mismo proceso pero, con el Turismo Post-Covid. Reflejando los peores datos que ha vivido el sector servicios, tras el paso de la pandemia. Para posteriormente dar una serie de propuesta ante esta situación que ha afectado grave mente al sector y, prácticamente, a casi toda la economía de la isla.

Estas propuestas se realizarán con el fin de atraer un mayor número de turistas posible. Buscando nuevos segmentos de mercados diferentes a los habituales. Además se estudiarán las ventajas que pueden proporcionar los nuevos tipos de turismo, así como, analizar las diversas ofertas que el destino les puede ofrecer.

Para contemplar si la estructura del modelo turístico de la isla de Lanzarote ha cambiado, se realizarán dos DAFO, una herramienta que permitirá ver las amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades de la isla, para después, realizar acciones hacia un cambio de estructura. Uno consta del modelo turístico que se planteaba en el año 2019, y el otro es el reflejo del modelo turístico de la era del Turismo Post-Covid.

Y finalmente, se dará respuesta a la pregunta principal de este proyecto, si realmente la isla de Lanzarote ha cambiado la estructura del modelo turístico. Este punto es el más importante del trabajo, concluyendo con una respuesta que se ha basado en dos puntos de vista diferen-

te, estos son: desde la perspectiva turística que ofrece el destino, y la otra, desde la perspectiva turística que poseen los visitantes sobre la isla.

Este proyecto se dividirá en 4 grandes bloques. El primero de todos irá dirigido a la época de más resplandor del turismo, reflejando los datos más importantes que se obtuvieron en el años 2018- 2019. El segundo de ellos, recopilará los datos tan catastróficos que ha dejado el paso del Corona Virus, y se hablará y desarrollará un nuevo turismo, el Turismo Post-Covid. En el tercero se estudiarán las diversas propuestas que se darán con motivo del renacer del nuevo turismo. Y por ultimo, en el cuarto bloque, se analizará si la estructura del modelo turístico de la isla de Lanzarote ha cambiado, o por el contrario, si sigue teniendo la imagen de sol y playa que posee.

2. OBJETIVOS GENERALES.

- El principal objetivo es dar respuesta a la pregunta de si la isla de Lanzarote ha cambiado su estructura de modelo turístico.
- Y el segundo más importante es dar soluciones al nuevo turismo Post-Covid.

2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la estructura turística antes del Covid.
- Analizar los datos tras la pandemia que ha causado el virus.
- Estudiar el nuevo turismo Post-Covid.

3. BLOQUE 1: SITUACIÓN TURÍSTICA ANTES DEL COVID-19

El turismo es uno de los sectores estratégicos de la economía española, del cual dependen un importante porcentaje del PIB y millones de puestos de trabajo directa o indirectamente

relacionados con él. Se trata, además, de una actividad dinámica y creativa, que ha evolucionado a lo largo de las décadas para adaptarse a las nuevas demandas de los visitantes, es decir, se sigue acogiendo a millones de viajeros cada año, pero de una manera diferente.

Primeramente se debe aclarar el concepto de Turismo. La definición del turismo según la Organización Mundial del Turismo (OMT)¹ en 2005- 2007 es que “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.” (Turismo, 8. (2019).

En España el sector servicios posee un mayor auge en la economía ya que tiene un peso importante sobre el PIB. Pero además este contribuye de manera directa (como en Restaurantes, hoteles, transporte, etc.) e indirecta (como es el caso de la construcción, la industria agroalimentaria, etc). Dentro de las Islas Canarias, donde se tomará como objeto de estudio la isla de Lanzarote, se observa que el turismo es sin duda alguna, el principal motor de la economía, y que representa más del 34% del PIB. Además de favorecer a la creación de empleo tanto directa como indirectamente, por esa razón se puede decir que Canarias tiene una alta dependencia del sector turístico.

La actividad turística directa e indirecta en Canarias generó en 2018 un total 16.099 millones de euros, lo que eleva al 35% la contribución del turismo al total de la economía del archipiélago, y generó 343.899 puestos de trabajo, el 40,4% del empleo total regional, según el Estudio Impacto Económico del Turismo Impactur Canarias 2018 elaborado por Exceltur.²

1 <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

2 https://www.hosteltur.com/133303_el-turismo-aporta-ya-el-35-del-pib-en-canarias.html

De los 16.000 millones de euros generados por el turismo en 2018 en las islas, 11.682 millones de euros se debieron a los viajes de extranjeros, con Reino Unido y Alemania como los principales mercados en términos de afluencia, con 13,8 millones de turistas, 132 millones de pernoctaciones, una estancia media de 9,6 días, y un gasto medio diario de casi 86 euros (85,9)³.

A continuación, se empezará a analizar cómo era el turismo en el año 2019, y se tomará como referencia los datos más importantes, como el número de turistas, el gasto que realizaban, el país de procedencia, el perfil del turista, la motivación para realizar el viaje, el tipo de alojamiento que escogieron, los principales tour operadores para el destino, y por último, se realizará un DAFO para ver como era la estructura turística de Lanzarote en el año 2019.

3.1. NÚMERO DE TURISTAS QUE VISITAN LANZAROTE, AÑO 2018-2019

Durante el año 2018 se refleja una entrada de 3.063.316 millones de turistas a la isla de Lanzarote, que con respecto a 2019 solo tiene una variación del 0,1% (es decir, en ese año el número de turistas que visitaron la isla fue de 3.065.57 millones). Asimismo, Lanzarote es la única isla del Archipiélago que presenta un crecimiento en la llegada de turistas en el acumulado del año. En concreto, la afluencia turística a la isla se incrementó entre enero y octubre e 2019, un 1,3% en relación con el mismo periodo de 2018, frente al descenso de un 3,3% en el conjunto de Canarias, según datos del Instituto Canario de Estadísticas (ISTAC). (VER ANEXO 1)

3.2. GASTO MEDIO POR TURISTA EN EL AÑO 2019

Por otro lado, de esa gran cantidad de turistas que visitaron la isla, se generó un gasto medio de 135,3 euros por turista, en el año 2019. Una cifra menor si se compara con las cifras

3 https://www.hosteltur.com/133303_el-turismo-aporta-ya-el-35-del-pib-en-canarias.html

del 2018 donde el gasto medio fue de 146 euros por turista. Estas cifras indican que hay un acierto en las política de promoción que ha llevado la Sociedad de Promoción Exterior de Lanzarote (SPEL), cuyo objetivo era buscar nuevos segmentos, los cuales generen mayor rentabilidad, y están basadas a su vez, en la especialización y segmentación por productos del destino, como por ejemplo, el turismo de deporte, el gastronómico, el medioambiental o cultural, así como en una búsqueda de un turista de calidad para el destino. (VER ANEXO 2)

3.3. PAÍS DE RESIDENCIA DE LOS TURISTAS

En la siguiente tabla se refleja el número de turistas que visitan la isla según su país de residencia. Destacando dentro de ellas, a Alemania y Reino Unido. Lanzarote tiene una gran dependencia de estos dos países ya que son los que más visitan la isla, pero no solo eso, sino que también posee una gran vinculación con los tours operadores de dichos países. Además, la afluencia del turismo británico creció durante el mes de octubre, con un incremento del 0,2%, a pesar de ser un mes afectado íntegramente por la crisis de Thomas Cook, con la supresión de los 13 vuelos semanales que mantenía entre el Reino Unido y las isla⁴. (VER ANEXO 3)

3.4. PERFIL DE LOS TURISTAS

Durante el año 2019, predomina una gran cantidad de los turistas que suelen visitar la isla de Lanzarote son personas mayores de de 44 años. Según la relación con la actividad económica el 53% de los turistas suelen ser asalariados, y un 22% de los turistas son personas jubiladas. El nivel de ingreso que más sobresale es el comprendido entre los 25.000- 49.999 euros. Por último, cabe a destacar que los turistas que visitan la isla poseen unos estudios superiores. (VER ANEXO 4)

4 https://www.lavozdelanzarote.com/actualidad/economia/lanzarote-la-unica-isla-canaria-donde-crecio-el-turismo-britanico-en-octubre-pese-a-la-quebra-de-thomas-cook_144691_102.html

3.5. MOTIVACIÓN DE LOS TURISTAS PARA VISITAR LANZAROTE.

Dentro de la gran variedad de ofertas y posibilidades que ofrece la isla de Lanzarote, los turistas vienen motivados a visitar la isla por: en primer lugar, el clima (teniendo una representación de 9,1 sobre 10), en segundo lugar la seguridad (con un valor de 8 sobre 10) y en tercer lugar la tranquilidad que aporta la isla (con una cifra de 7,9 sobre 10). En el último lugar se posiciona la red de senderos, puntuada con un 2,3 puntos sobre 10. Una cifra relativamente baja teniendo en cuenta que la isla posee un gran número de senderos, con un alto nivel de atractivos por sus paisajes rocosos y volcánicos. (VER ANEXO 5)

3.6. TIPO DE ALOJAMIENTO

La oferta alojativa que más destaca en la isla es, en primer lugar, los hoteles de 4 estrellas, teniendo un porcentaje del 39%, en el año 2019. Por otro lado, el segundo alojamiento que más se acentúa son los aparthoteles o las villas turísticas, teniendo una cifra del 27% en el año 2019. (VER ANEXO 6)

3.7. TOUR OPERADORES

El 23 de septiembre de 2019 sale a la luz la noticia de la quiebra de uno de los tour operadores más importantes para las Islas Canarias, Thomas Cook, resumiendo el problema en una pérdida de conectividad aérea de las islas.

Además dicha caída se produce en plena desaceleración del sector turístico canario. Esta caída deja en el aire al rededor de 800.000 plazas aéreas con Canarias y, sobre todo, en temporada alta para las islas. Como se puede observar en los gráficos, Thomas Cook tenía programadas para la temporada alta de Canarias unas 253.506 plazas aéreas, y, para la temporada de enero a agosto de 2020, unos 491.644 asientos.

Actualmente, una gran parte de estos asientos se han ido recuperando poco a poco gracias a otras empresas que antes competían con la compañía británica. La principal de todas ellas es la empresa alemana, TUI, pero además se puede destacar otras como Wizz Air, Eurowings, o Jet2⁵.

Pero las Islas Canarias poseen un gran inconveniente, y es el gran poder que tienen los tour operadores sobre el destino, problema que se tiene que lidiar en un futuro para que la situación que se vivió en el 2019 no vuelva a ocurrir, o tener una mayor oferta de tours operadores para estar preparados ante esta posible situación.

3.8. ANÁLISIS DAFO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA EN EL 2019

El análisis DAFO constituye un instrumento de síntesis analítica de singular importancia ya que informa el contenido del posterior Plan de Acción. Se trata de una herramienta que presenta un carácter sencillo, clasificador y motivador, que esquematiza los resultados obtenidos en el diagnóstico para facilitar la identificación de objetivos y acciones concretas en el Plan de Acción. Por tanto, puede decirse que el análisis DAFO, consiste en la determinación mediante una matriz de doble entrada de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades detectadas en el destino⁶. Además, ayudará a llevar a cabo una de las acciones más importantes de este análisis, y es estudiar como era la estructura del modelo turístico en el año 2019. (VER ANEXO 7)

Esta herramienta permitió en su momento, crear un plan de acciones que llevar a cabo. Donde destacó la importancia que tiene la innovación en el turismo, y que junto con las tecnologías, el destino podría reinventarse y seguir atrayendo a un mayor número de turistas. Otro de las acciones que sacaron fue crear una mayor diversificación de la oferta de la isla, no solo cen-

5 https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/102327/1/ANALISIS_DE_LA_QUIEBRA_DE_THOMAS_COOK_E_IMPACTO_ECONOMIC_Herrero_Gomez_Nuria.-pdf

6 <https://www.ajuntamentdebenicarlo.org/r2h/files/19627.pdf>

trándose en el turismo de sol y playa, sino en el cultural, darle la importancia que se merece la cultura canaria y la gastronomía que cada vez abarca un mayor número de visitantes. La naturaleza que presenta la isla, la diversidad de senderos que posee a través de sus paisajes volcánicos y rocosos. Y por último, cabe destacar, la importancia que tiene la diversificación dentro del turismo, no depender tanto de los colaboradores que intervienen, sobre todo, no depender tanto de un solo tour operador, se debe buscar una mayor amplitud para estar preparados ante cualquier cambio. Al fin y al cabo el turismo se caracteriza por ello, por ser flexible y adaptarse a las circunstancias que se les presenta.

4. BLOQUE 2: EL TURISMO POST-COVID

Hace ya más de un año desde que el Covid-19 se extendió internacionalmente, dejando una huella imborrable en la memoria de todo el mundo. Esta pandemia ha afectado de forma profunda y dramática a la sociedad, causando grandes estragos, sobre todo, en el sector turístico.

Este fenómeno tiene una extensión muy rápida y eso ha provocado un gran impacto en la vida y salud de familias y personas, y que ha obligado a dar una respuesta inmediata en todos los ámbitos sociales (como la salud, la cultura, la política, forma de vida...).

Esta pandemia hizo reflexionar a muchos y darse cuenta de que el turismo no está preparado para soportar una crisis sanitaria, y menos, una a escala mundial. Se llegó a cifras que jamás se imaginó que llegara el turismo, a decaer hasta el turismo cero. No solo creó una crisis sanitaria, sino también una crisis económica para aquellos destinos que dependían gran parte del turismo, como es el objeto de estudio, las Islas Canarias.

Ahora este sector refleja datos muy diferentes y preocupantes comparados con los años

anteriores. La cifra de turistas que vienen al destino no llega ni a la mitad de los turistas que llegaban en el 2019. La generación de empleo se paralizó completamente, y dio paso a una larga lista de desempleados y personas viviendo del arte o ere. Donde antes había masificación ahora no queda más que puestos de comercio y restauración cerrados.

En los próximos apartados se analizaran esas cifras tan dramáticas para la economía de las Islas Canarias, y en concreto la isla de Lanzarote. Una vez analizadas se procederá a elaborar un plan de propuestas para un nuevo turismo, el Turismo Post Covid.

4.1. NUMERO DE TURISTAS QUE VISITAN LANZAROTE EN EL 2020- 2021

En esta tabla se observa que el número de turistas en el año 2020 fue de 795.213 turistas. Una cifra poco significativa si lo comparas con los tres millones de visitantes que tuvo la isla en el año 2019. Tras la pandemia, el turismo fue uno de los sectores más golpeados, llegando en el mes de abril al turismo cero. Estas cifras son muy bajas comparadas con otros años, pero, en este proyecto se llevará a cabo una serie de medidas o propuestas para atraer un mayor número de turistas, y sobre todo, buscar un turismo de calidad. (VER ANEXO 8)

4.2. GASTO MEDIO POR TURISTA Y DÍA, LANZAROTE AÑO 2020

En el 2020, el gasto medio por turistas fue de 138,3 euros. Una cifra que supera por tres euros el gasto medio por día del año 2019. A pesar de que en el año 2020 hubo un trimestre en que la isla no recibió turistas, y por lo tanto, no tuvo ingresos, el primer trimestre antes de la pandemia fue el más significativo para el turismo, con un gasto de 145, 5 euros al día por turista. Por esta razón el año 2020 fue el que tuvo más gasto por turista y día frente al 2019.

4.3. ENTRADAS DE TURISTAS A LANZAROTE SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA (2020)

En este año, se refleja también que los turistas que más visitan la isla son los alemanes,

con un total de 125.868 turistas alemanes, y Reino Unido con unos 299.697 turistas. A pesar de ser los dos nichos de mercados más importantes para Lanzarote, estas cifras han sufrido una caída muy dramática en comparación con el año anterior, donde la isla recibió aproximadamente 400.000 turistas alemanes y casi 1.400.000 turistas británicos. Por último, cabe a destacar que los turistas que menos han disminuido son los españoles, es decir, el turismo nacional. (VER ANEXO 9).

4.4. ALOJAMIENTO EN 2020

En 2020 en Lanzarote habían 120 establecimientos colectivos de alojamientos turísticos abiertos, de los cuales ofertaron un promedio anual de 34.715 plazas alojativas. Estas cifras en el año 2019 eran más elevadas, en la isla había unos 260 alojamientos turísticos aproximadamente, y se ofrecieron unas 71.136 plazas alojativas. Por otra parte, los hoteleros de Lanzarote prevén una disminución generalizada de los factores, como en los precios, el empleo, la facturación e inversión, como consecuencia de lo que ha dejado el Covid-19. (VER ANEXO 10)

En este año tan atípico, no son muchos los alojamientos que permanecen abierto a pesar de las circunstancias, pero, aún hay algunos hoteles y complejos de apartamentos abiertos en la Isla, estos no llegan a más de una decena, y la ocupación, a veces no llega ni al 15 por ciento, pero, por razones diferentes, se mantienen abiertos y alojan a los pocos turistas que visitan la isla de Lanzarote.

4.5. DAFO DE LA SITUACIÓN POST COVID DE LANZAROTE

En el anterior DAFO (2019) se observó que analizando los factores internos (fortalezas y debilidades) y los factores externos (amenazas y oportunidades), se llegó a la conclusión de que el destino tenía que cambiar de imagen para atraer a un nicho de mercado, se centró en la cultu-

ra canaria, destacando dentro de ella el turismo gastronómico. A parte se resaltó la importancia que estaba alcanzando el turismo natural y rural. (VER ANEXO 11)

Ahora bien, en el 2020, y después de esta dura pandemia que se sigue viviendo, el destino se encuentra en una situación similar a la del año pasado, en lo que al análisis DAFO se refiere. En este caso, tras analizar el destino en una situación tan complicada como la que ha dejado el Covid en nuestras vidas, refleja la necesidad de cambiar una vez más la imagen del destino. Vendiendo una imagen de mayor seguridad para los turistas, además que vaya siempre de la mano de la sostenibilidad. En pocas palabras, se pide un cambio en la estructura en el modelo turístico, que permita al turismo seguir adelante, a pesar del estado de alarma en el que se está viviendo y la gran crisis económica mundial que se avecina. VER TABLA 11

5. BLOQUE 3: PROPUESTAS PARA EL TURISMO POST-COVID.

Una vez analizado el destino objeto de estudio, se procederá a dar propuestas para cambiar la imagen que tiene la isla de Lanzarote.

La isla de Lanzarote ocupa el tercer puesto de las islas más pobladas de Canarias, situándose detrás de Tenerife y Gran Canarias, cuenta con una población de uno 150.998 habitantes aproximadamente. Se caracteriza por su paisaje rocoso y volcánico, fruto de las numerosas erupciones que se produjeron en el pasado. Además de sus emblemáticas casas blancas, diseño de uno de los arquitectos más importantes de la isla, César Manrique, quien además, impulsó la sostenibilidad en la isla. El mayor atractivo que posee para los turistas son sus playas de arena blanca, pero esta ofrece una gran variedad de actividades, ya sean culturales, de deporte, gastronómicas...etc. La isla tiene potencial y en este apartado se utilizará todos los recursos que posee la isla para cambiar la estructura turística de la isla de Lanzarote.

Los turistas que más visitaban Lanzarote, eran los alemanes y los británicos, atraídos especialmente, por el turismo de sol y playa, una imagen muy frecuente en casi todas las Islas Canarias. Y a pesar de los numerosos intentos de cambiar la oferta de la isla, esta sigue siendo la misma en los ojos de los turistas.

Este tipo de turismo benefició a la isla en su momento, ya que era un turismo que aportaba una gran cantidad de dinero para el destino. Pero realmente, ese dinero apoyaba más a las grandes cadenas hoteleras que a los comercios locales, ya que era un turismo que venían con un paquete todo incluido.

Pero empezó a dar cierto tipo de problemas, sobre todo, con la carga turística que soportaba la isla. Se produjeron las grandes masificaciones de turistas en las zonas más populares de la isla, como las playas y los centros culturales más conocidos, entre el que destaca, el Parque Nacional de Timanfaya.

Ahora bien, la llegada del Covid-19 hizo que se planteara cual era la imagen que estaba dando la isla a los turistas. El turismo de sol y playa con esa masificación, con la llegada de la pandemia, ya no se podía desarrollar. Además las duras restricciones que marcaron cada gobierno, provocó que muchos establecimientos turísticos, ya sea de alojamientos o de comercios, cerraran o buscaran la manera de reinventarse.

En este apartado se hablará de qué hicieron algunas de las empresas turísticas de la isla de Lanzarote para seguir adelante tras este duro golpe para el sector turístico, y además, se desarrollará varias propuestas que cambiará la estructura turística de la isla.

5.1. PROPUESTA NÚMERO 1: TURISMO DEPORTIVO DE ÉLITE

En este año tan atípico, la isla ha desarrollado diversos cambios, sobre todo, en el tipo de

turistas que llegan a la isla. Una mayor parte aún siguen viniendo motivados por el turismo de sol y playa. Pero con el tema de las restricciones, uno de los turismo más aclamados es el deportivo.

Tomando como referencia el año 2019, se observa como el número de turistas que realizó alguna actividad deportiva durante su estancia en Canarias fue de 1.784.045, lo que supone un 13,4% del total de los viajeros. Además, el 73,1% de los turistas quedaron satisfechos y volverían a repetir el viaje, frente al resto de turistas que lo hace en el 72,2% de los casos.

En el caso de Lanzarote, de los casi 3 millones de turistas que recibió la isla en el 2019, 2,5 millones de ellos son viajeros internacionales, de los cuales el 12% tiene el deporte como atractivo o motivación principal para visitar Lanzarote.

El gasto medio por viaje y por turista es superior, alcanzando la cifra de 1.228 euros frente a los 1.136 euros que gastan el resto de viajeros.

Por islas, Tenerife y Gran Canaria recibieron, cada una, un 25,6% de estos viajeros, seguidas por Lanzarote (20,3%), Fuerteventura (16,3%) y La Palma (0,8%).

En cuanto a los deportes que realizan estos turistas, el 6,1% vienen por el ciclismo; el 4,5%, para hacer surf; el 4,3%, para correr; y, por último, el 3,3% realiza buceo o submarinismo.⁷

La isla de Lanzarote se convierte ante los ojos del turismo deportivo en un paraíso del entretenimiento y del deporte activo en la naturaleza. Además de las características naturales que posee la isla para el desarrollo de una gran variedad de deportes. Estas características naturales, están relacionadas con el clima, la geografía o temperaturas del agua, entre otras, que se posicionaran como alto atractivo para el turismo deportivo.

7 https://www.hosteltur.com/141865_canarias-confia-en-el-deporte-de-alta-competicion-para-salvar-el-invierno.html

Una de las medidas que se quieren implementar, es la práctica deportiva de alto nivel, para ello Promotur contará con la colaboración de deportistas olímpicos para la promoción como destino para los entrenamientos de la alta competición. Además de poseer de instalaciones de alto nivel, tanto deportivas como alojativas, como es el caso de la Santa Sport, que cuenta con ambos requisitos.

Este tipo de turismo además de proporcionar un alto nivel de prestigio, así como, un mayor gasto en los comercios locales, ayudará al destino a paliar la estacionalidad, ya que en invierno la temperatura media de la isla suele rondar en los 18º centígrados, una temperatura perfecta para la practica de deportes.

Por último, cabe a destacar que la isla debe seguir implementando más infraestructuras para la preparación de los deportistas, así como, de personal cualificado para atender a este tipo de turismo. Además de realizar un promoción donde salgan las caras más conocidas del deporte, y sobre todo, utilizar la práctica de deportes para poder salir de esta situación, porque la preocupación por la salud y la mejora del sistema inmunológico está presente en todas las sociedades, por lo que el deporte será siempre una de las actividades donde la demanda irá en auge.

5.2. PROPUESTA NÚMERO 2: TURISMO DE AUTOCARAVANAS

Una de las actividades que más se dan en la isla de Lanzarote, es recorrer la isla por su propia cuenta. Para esta actividad, el comercio que más auge tiene es el del alquiler de coches. Pero últimamente, se ha creado una tendencia nueva en la isla, y es el alquiler de autocaravanas o furgonetas que estén camperizadas.

Este tipo nuevo de turismo es relativamente joven en España, aunque se ha ido consolidando fuertemente en el resto de Europa. Es una alternativa interesante a promover y conocer,

ya que puede suponer una fuente de ingresos para muchos municipios, tanto de costa como de interior.

La oferta de alojamiento del turismo de caravana se ha ido incrementando durante los últimos años. Hoy en día es una oferta de alojamiento rural muy diversa la cual ha crecido en número y plazas, ya que se ha ido actualizando y poniéndose al mismo nivel que otros segmentos, ofreciendo libertad de horarios comerciales, facilidad de pago con tarjeta, reservas a través de páginas web, instalaciones, servicios, etc.

En principio, las Islas Canarias no tienen una regulación específica en materia de pernocta de autocaravanas o furgonetas, por lo que siempre que no se acampe abriendo toldos y elementos exteriores, se podrá aparcar y pernoctar en una plaza habilitada para el estacionamiento.

Dentro del abanico de opciones en el alquiler de autocaravanas en Canarias, una de las que mayor tirón está generando en los últimos años es el alquiler entre particulares, en el que plataformas de economía colaborativa como Yescapa, albergan una gran oferta tanto de vehículos como de precios.

Este tipo de turismo proporciona al destino una gran fuente de ingresos, tanto directos como indirectos. Además proporciona al turista mayor libertad, así como, ser una vía de escape del turismo masivo. Da seguridad ante esta pandemia que se está viviendo. Y ofrece la oportunidad de estar en pleno contacto con los locales, y sobre todo, con la naturaleza.

Además, hay que destacar que este turismo ha conllevado mayor auge en los turistas nacionales, ya que con motivo de las restricciones de movilidad y la falta de recursos, han apostado por un destino cercano y un turismo más económico.

Por último, para poder ofrecer un producto a este tipo de turismo, no vale solo con el alqui-

ler de caravanas o furgonetas, sino que se debe ofrecer un lugar equipado donde puedan acampar. Antiguamente, en Lanzarote estaba disponible el camping de Papagayo, una de las playas más conocidas de la isla, pero se cerró ya que no cumplía con los requisitos que debe tener las instalaciones para poder acampar. Para ello, habrá que dotar el lugar con un depósito donde se pueda evacuar el agua gris de estos vehículos (es decir, el agua que proviene de los regaderos, duchas,...etc), y otro distinto para las aguas negras (las que proceden del baño químico), y por último una fuente donde puedan recargar agua.

Estas medidas son de gran relevancia, y posee aspectos que se tienen que tener en cuenta, si se quiere atraer a este tipo de turismo, y lo más importante, que se cree una experiencia nueva en el destino, y que cuando los turistas regresen a su país tengan ganas de volver a visitar la isla.

5.3. PROPUESTA NÚMERO 3: INNOVACIÓN EN LOS CENTROS CULTURALES.

Los centros de cultura han sido también uno de los más afectados por el efecto de la pandemia. Estuvieron cerrados durante los dos meses de confinamiento. Y a pesar de levantarse el estado de confinamiento, muchos de ellos decidieron esperar a una situación mejor. Pero debido a las numerosas restricciones, sobre todo, en la movilidad de turistas internacionales, la situación no fue a mejor.

Para ello, buscaron otra solución, enfocándose en los turistas que más cerca estaban del destino. Los turistas nacionales e incluso los propios habitantes de la isla. Tras el levantamiento del estado de alarma, los centros de cultura decidieron a abrir, durante un fin de semana, sus puertas a los locales. Las entradas a los centros en Lanzarote normalmente suelen ser cobrando, tanto a residentes como a no residentes. Pero para la apertura decidieron poner las estradas totalmente gratuitas, para captar la atención de la gente local.

Esta estrategia funcionó, ya que un gran número de locales visitaron los diversos centros. Además, limitaron la entrada de los visitantes y hubo una mayor contratación de personal de limpieza para la desinfección de dichos centros, vendiendo a la vez, una imagen de seguridad. También fue de gran importancia para los comercios locales y los de restauración que se encuentran dentro de los centros, ya que la gente optó por consumir en dichos establecimientos.

Los centros culturales deberían de fomentarse como un lugar seguro, ya que, el contagio en centros turístico ha sido nulo, y además, cumple con las medidas higiénicas del Covid-19. Así como seguir haciendo descuentos tanto a los residentes de la isla, como a los nacionales, que son los que más están visitando la isla, en este año tan duro.

Además, para recuperarse económicamente, tras el duro golpe de la pandemia, podían implementar cursos de formaciones profesionales. Tanto para los empleados que estén trabajando para dichos establecimientos, o para, las personas que quieren trabajar y formarse en ellos. La formación es muy importante, y sobre todo para el sector turístico, que continuamente está cambiando e innovando.

Por último, cabe a destacar que dentro de los centros culturales, algunos poseen restaurantes o comercios donde venden productos típicos canarios. Deberían promocionar los productos, atraer a la gente mediante una oferta gastronómica inigualable, creando así una experiencia única para el turista.

5.4. PROPUESTA NÚMERO 4: VIAJES DEL IMSERSO

Los viajes del Imsero llevan más de un año paralizado, ya que, las personas mayores son las que más riesgos corren ante el Covid-19. El 70% de la población de más de 60 años ya están vacunados al menos con la primera dosis. Esta cifra proporciona datos beneficiosos tanto

para la crisis sanitaria que se está viviendo, como para el turismo.

Se espera que la comercialización de los viajes del Imsero comiencen en septiembre, para poder iniciarse en el mes de octubre, cuando la mayoría de las personas mayores ya estén inmunizados.

Ahora bien, como destino se debe vender la imagen de seguridad. Llevan más de un año en que las personas mayores prácticamente no suelen salir de sus casas, solo salen para cubrir sus necesidades principales. Han ido cogiendo miedo ante esta incertidumbre que ha creado esta pandemia. Por ello, el destino debe darle esa seguridad que ellos buscan ahora mismo, para poder atraerlos.

Por ello, es importante demostrar que el destino es seguro, por eso se analizará los casos positivos que hay en España, cogiendo como referencia el archipiélago Canario, para después profundizar en el objeto de estudio, la isla de Lanzarote.

En España se han registrado al menos unos 3.544.945 casos de covid, de esa cifra las Islas Canarias representan un total de 53.169 casos positivos, posicionada en el puesto catorce en comparación con las otras comunidades autónomas. Pero la cifra más triste que representa España, es la cantidad de fallecidos que ha dejado esta pandemia, con unos 78.399 fallecidos, de los cuales, 732 son los que han fallecido en Canarias. (VER ANEXO 12)

De los casos de contagios que hay en la isla de Lanzarote, se podría decir que no han sido tan elevados como en otros sitios. Desde el inicio de la pandemia se han registrado unos 4.900 casos, que si se compara con las islas capitalinas (Tenerife con 22.276 casos y Gran Canaria con 21.364⁸) no llega ni a la mitad de los casos que poseen ambas.

8 https://www.eldiario.es/canariasahora/sociedad/coronavirus-canarias-mapas-graficos_1_1009982.html

La única solución de garantizar realmente lo que ellos quieren, es la vacunación. La vacuna puede ser la luz al final del túnel para terminar con la crisis sanitaria que están soportando numerosos países. Se volverá a una normalidad nueva, una donde las restricciones cada vez serán menos estrictas, eso si, cumpliendo siempre ciertas normas para no volver a recaer. En Lanzarote queda un largo camino para que la población llegue al 70% de vacunados, objetivo que se espera cumplir en agosto, pero a pesar del bajo ritmo que lleva, Lanzarote ha recibido unas 41.866 dosis, y ya se ha logrado la inmunización de 11.752 personas que ya han recibido las dos dosis, lo que representa un 9% de la población diana⁹. Colocándose en el cuarto lugar, del ranking de vacunación según las Islas Canarias.

Pero además de darles seguridad, los hoteles deberían estar preparados para su llegada, es decir, que hayan hoteles que aprovechen la oportunidad y dediquen sus establecimientos para la llegada de los viajes del Imsero, o que por lo menos, dediquen una parte exclusivamente para ellos. Eso les dará más confianza y les hará sentir seguros, y lo más importante que pasen una experiencia única e inolvidable para que vuelvan a repetir, y crear así, fidelización con un nuevo nicho del mercado.

5.5. PROPUESTA NÚMERO 5: TURISMO DEL DETOX TECNOLÓGICO Y TURISMO DEDICADO A LOS QUE TELETRABAJAN.

Las crisis producida por la Covid-19 ha disparado las estadísticas de teletrabajo. Un total de 3,01 millones de personas en España teletrabajan de manera habitual, lo que supone multiplicar por 3,2 veces la cifra registrada en 2019, cuando solo lo hacían 915.800 personas, según un estudio de Randstad sobre la evolución del trabajo en remoto. (VER ANEXO 13)

En la tabla número 14 se puede observar como en la Unión Europea, los países que más

9 https://www.lavozdelanzarote.com/actualidad/sociedad/radiografia-vacunacion-en-lanzarote-se-puede-cumplir-objetivo-llegar-70-en-agosto_204885_102.html

teletrabajadores obtuvieron a causa del Covid-19 son: Finlandia, Luxemburgo y Holanda. (VER ANEXO 14)

Estos datos son relativamente importantes, ya que el destino lo podría utilizar a su favor como una oportunidad a explotar turísticamente. Y además, permite atraer a dos nuevos nichos del mercado, que, nacen tras la secuelas que ha dejado el confinamiento a causa del Covid-19.

Por un lado, están los teletrabajadores, que cuando se produjo el confinamiento a nivel mundial, el teletrabajo se volvió primordial para todos, multiplicando, como se mencionó anteriormente, la cifra de teletrabajadores en el año 2019. Esta práctica aún sigue vigente dado a las medidas sanitarias que siguen vigentes, y que no permiten el trabajo presencial.

El destino podría vender una imagen diferente para este tipo de segmento, donde los complejos hoteleros ofrezcan sus servicios para captar su atracción. Muchos de ellos viven encerrados en sus casas, y solamente necesitan salir de su sitio habitual de trabajo, para poder teletrabajar en otro lugar diferente. Por ello, los hoteles deberían de reestructurarse y dirigirse a ese segmento mediante la incorporación de nuevas tecnologías, o simplemente, aportándoles una buena conexión Wi-Fi. Además, mientras que ellos estén trabajando a distancia, podrán disfrutar del buen clima que posee el destino, así como, despejarse tanto en la piscina, como dando una vuelta por los alrededores para conocer la isla.

Por el otro lado, están aquellos que necesitan despegarse de la tecnología. Aquellos que se pasan mucho tiempo frente a un ordenador, y cada vez se notan más cansados y estresados. Son los conocidos como, Detox tecnológicos.

Para este nicho, la Isla de Lanzarote es la ideal, ya que rebosa plena tranquilidad, y ofrece una gran diversificación de actividades que evaden a los turistas de las tecnologías. Estas activi-

dades se pueden enfocar en la practica de senderismo, en la gastronomía de la localidad, en el descubrimiento de playas poco transitadas, para poder vender, la tranquilidad que trasmite la naturaleza de la isla.

Para atraerlos aparte de dar una imagen de tranquilidad del destino, los hoteles o complejos hoteleros deberían proporcionarles lo que ellos buscan para satisfacer sus necesidades. Podrían ofrecer actividades dentro del hotel como yoga, pilates, diversas manualidades, meditación...etc. Además de brindar la oportunidad de disfrutar en el spa, recibiendo masajes e incorporando la aromaterapia.

También podrían ofrecer actividades fuera del hotel como actividades al aire libre, mencionadas anteriormente, y, sobre todo, en pleno contacto con la naturaleza, o simplemente, con la practica de una gran variedad de deportes.

Por último, hay que destacar que el perfil de este segmento, se caracteriza por ser pacíficos y buscar lugares donde descansar tranquilamente. A veces los hoteles no pueden ofrecer lo que ellos desean, ya que, algunos buscan intimidad, estar prácticamente alejados de todos. Por ello, una de las mejores opciones es, la vivienda vacacional. Les proporciona su espacio, algunos se encuentran apartados de las grandes zonas turísticas, que suelen atraer a una gran cantidad de turistas, beneficia mayoritariamente a la gente local, y da la oportunidad de conocer y aprender de nuevas culturas.

5.6. PROPUESTA NÚMERO 6: TURISMO NACIONAL.

Tras la llegada del Covid-19, el turismo en Canarias ha cambiado mucho. Antes las islas dependían enormemente del turismo internacional, pero, en la actualidad, y debido a los grandes problemas de restricciones de movilidad que están vigentes en esos países, el destino ha dismi-

nuido enormemente las estradas de turistas internacionales.

Pero de todos los datos demoledores que ha dejado el paso de la pandemia, hay uno que, como destino, podría ser de gran interés. Ese dato, refleja un aumento de los turistas nacionales en las Islas Canarias,

Apostar por el turismo nacional es una gran ventaja, ya que tendrán más fácil el desplazamiento, y serían trayectos más cortos, por lo que la huella de carbono se reduciría, además de estar realizando un número menor de vuelos, lo que contribuiría eficazmente al medio ambiente.

Como destino se debe tener en cuenta que ya no se busca un turismo de cantidad como era el turismo antes del Covid-19, sino que ahora es un turismo que se decanta más por la calidad. Por ello, se debe buscar el turista que más cerca se encuentra del destino, y renovar la oferta con nuevos productos, crear fidelización con ellos, y lo más importante aumentar el gasto turístico, para que, las empresas que están relacionadas con el turismo, tanto directa como indirectamente, salgan poco a poco del pozo negro en las que se encuentran en esta situación de Post-Covid.

Para atraer al turismo nacional, debe de haber un acuerdo en cuanto a contribución, entre las compañías aéreas y los alojamientos turísticos. Esta contribución se basará en una bajada de precios para los nacionales, o ofertas que parezcan atractivas para su nivel económico.

Los hoteles, además podrán lanzar ofertas dirigidas tanto al segmento de parejas como al segmento familiar. Ofrecer un abanico de actividades para cada uno de ellos.

Para las familias el destino ofrece experiencias como por ejemplo: el avistamiento de delfines, disfrutar de un paseo en submarino, viajar por los islotes en catamarán donde podrás realizar kayak y esnórquel, visitar el Rancho Texas Park, entre otros.

Por el otro lado, Lanzarote posee una gran variedad de actividades que hacer en pareja, las que más destacan se podrían decir que son: visitar la Isla de la Graciosa; disfrutar de diversos tipos de vinos en una ruta por las bodegas de la Geria; planificar un día lleno de aventuras realizando actividades acuáticas, senderismo, o recorrer la isla en bicicleta; recorrer las costas de la islas y disfrutar de sus playas de arena blanca, o cenar en los famosos Jameos del Agua.

Por último, hay que destacar que el turismo nacional es el que está salvando a muchas empresas en este año tan difícil, por ello, como destino se debe de buscar la manera de atraerlos, con una campaña promocional exclusivamente para ellos, y que sea capaz de captar la atención de ellos, para lanzar la isla con una imagen diferente a la habitual de sol y playa, y cambiar de esa forma la estructura turística que tiene Lanzarote.

5.7. MEDIDAS PARA LAS PROPUESTAS

Para que se lleve a cabo las propuestas, anteriormente mencionadas, se necesita una serie de medidas o acciones que ayudarán a la realización del objetivo final. Estas serían:

- Cada una de las propuestas tienen que tener su promoción. El destino se dirige a nuevos segmentos y cada uno de ellos poseen características distintas. Por ello, es importante reflejar en cada uno de esos vídeos promocionales el valor que les aporta a cada tipo de turista. Además, reflejar en cada uno de ellos, que el destino busca la sostenibilidad, y por lo tanto, se atraerán a turistas que cumplan con dicho requisito.

- Para dicha promoción, hay empresas turísticas, como los complejos alojativos o los centros culturales, que necesitan el dinero para relanzar su propia campaña promocional. Y que tras la pandemia, los ingresos que han obtenido son muy bajos, y no les llega para dedicarlo a la promoción, pues muchos de ellos, están apurados para pagar a los trabajadores y mantener las ins-

talaciones. Para ello, es importante que se promuevan ayudas para la promoción por parte del Gobierno a las empresas turísticas.

- Además de prestar ayudas para esos establecimientos que no pueden soportar la crisis económica que está causando el Corona Virus. Todavía hay muchos empresarios que no han recibido la ayuda del Gobierno, para poder subsistir. Por otra parte, cabe a mencionar, que se debe seguir con una ampliación de los ERTES, por lo menos, hasta que la situación mejore.

- Por otra parte, debe de haber una cohesión entre el Gobierno y las empresas turísticas en cuanto a las restricciones que deben de tomar. Para ello, deben ir a la par, que se coordinen y que las medidas propuestas por el Gobierno sea igual que en los establecimientos turísticos. Esta medida, a su vez, ayudará a paliar la incertidumbre que tengan los visitantes a la hora de venir a la Isla.

- Por último, crear como destino, y para acabar con la incertidumbre que tienen los turistas en materia de restricciones, se podrá crear una aplicación, donde se refleje el estado de alarma actual de la islas, y las dichas restricciones que conllevan.

6. BLOQUE 4: ¿HA CAMBIADO LANZAROTE SU ESTRUCTURA TURÍSTICA?

Cuando se piensa en la isla de Lanzarote, la mayoría siempre suele pensar en sol y playa y el buen clima que posee. Esta imagen sigue presente hoy en día, y no es de extrañar ya que durante muchos años se ha vendido esta imagen del destino.

Antes era lo normal, que la isla se caracterizara por las playas y el clima, pero empezaron a aparecer nuevos competidores, que durante años estuvieron inmersas por la inestabilidad política y bajo las amenazas terroristas, que ofrecían prácticamente lo mismo, destacando entre ellos Turquía y Egipto.

Desde ese momento, se replanteó un cambio en la estructura del modelo turístico de las Islas Canarias, enfocándose más en la naturaleza, realizando una promoción donde el principal factor de atracción del turista era el medio ambiente y las actividades que se podían realizar en él.

Aún así, los turistas siguen teniendo una imagen equivocada de lo que son las islas, ya que siguen apostando por el turismo de sol y playa, y el turismo sigue cubriendo las necesidades de ellos. Pero las Islas Canarias poseen más atractivos a parte del clima y de las playas, como es su cultura, su gastronomía, la hospitalidad de la gente, la características paisajísticas de cada isla... entre otros.

Pero aún así se decidió apostar por ese turismo, ya que proporcionaba fuentes de ingresos y gran número de puestos de trabajos. Aún sabiendo que los efectos negativos jugarían una mala pasada al destino. Ya que el turismo daba sus frutos, pero para las personas locales que se dedicaban al sector les parecía insuficiente, ya que de los casi tres millones que visitaban la isla cada año y los gastos que ellos producían en el destino, los locales no recibían la remuneración que ellos querían. Además del bajo sueldo, la isla se empezó a masificar, creando entre los locales los efectos del Turismofobia.

Tras la llegada del Covid-19 y la fuerte pandemia que se está viviendo, se puede decir, que aún sigue ese efecto de Turismofobia, pero ahora no es por la masificación de los turistas, sino por todo lo contrario, por el miedo que tienen de que vengan a la isla. Este virus ha creado grandes estragos en el sector, y un gran miedo tanto a los turistas para viajar, como a los locales de que los turistas vengan. Además, el turismo cero provocó el cierre de muchas empresas que estaban relacionadas directa e indirectamente con el turismo, creando así, un gran número de parados y muchas familias sin sustentación.

A pesar de todo, el turismo se caracteriza por ser flexible ante los cambios que se producen en el entorno, y sobre todo, por estar continuamente innovando para dar siempre lo mejor a los visitantes. Y tras esta dura pandemia, lo ha vuelto a demostrar.

A la pregunta planteada, de si creen que Lanzarote ha cambiado la estructura del modelo turístico, en mi caso, no sabría que contestar. Porque el turismo sigue planteando diversos modelos turísticos apropiados para cada isla, y ahora más que nunca, que se debe de atraer a todo tipo de turistas para soportar este gran golpe para el sector servicios. Además tras la crisis del Corona Virus, los empresarios que se dedican al sector servicio han visto varias oportunidades para crear nuevos productos y servicios.

El problema es cómo ven los turistas al destino, porque a pesar de ofrecer experiencias nuevas, ellos solo tienen el reflejo del buen clima y de las playas. Queda un largo camino aún para cambiar esa imagen, pero para ello se seguirá ofreciendo emociones y experiencias nuevas para el turista, y promocionando las Islas Canarias, como un destino que es capaz de atraer a diferentes segmentos del mercado.

7. CONCLUSIONES

Este proyecto se ha basado en el análisis de datos, para hacer una comparación de las cifras que se obtuvo antes de la pandemia, y las cifras que se obtuvieron después, llamando a esa etapa, el turismo Post-Covid. Pero este trabajo no solo ha ayudado a comparar las cifras que ha dejado este año tan catastrófico, sino que, ha aportado grandes propuestas para un nuevo turismo.

Ha pasado más de un año, y el turismo, tras esta dura pandemia, alcanzó unas cifras muy bajas, llegando incluso al turismo cero. Nadie se podría imaginar que esto pasaría, ya que, prácticamente, las Islas Canarias, y otros lugares, dependían enormemente del sector servicio. Y tras el Covid-19 fue un darse cuenta de que no hay que depender siempre de una actividad, sino que hay que diversificar.

Uno de los problemas que acarrea el turismo es precisamente el que se nombró anteriormente, que se tiende a como dice el refrán, “poner todos los huevos en una misma cesta”, y así, desde que cae uno caen todos los demás. La quiebra de Thomas Cook fue un ejemplo claro, y ahora tras el estado de la pandemia, pasa lo mismo con el turismo.

Pero si algo ha valorado este trabajo es que el turismo es siempre una fuente de innovación, además de adaptarse ante cualquier circunstancia que se le presenta. Busca siempre la manera de ofrecer la mejor de las experiencias a los turistas, para que estos vengan al destino, disfruten, y vuelvan a repetir. Tras el Covid-19, se sigue siendo igual, ofreciendo experiencias nuevas y ofreciéndoles, sobre todo, seguridad, para que el miedo que tienen ahora mismo se les vaya y no les impida viajar y disfrutar de las maravillas que ofrece el turismo de un destino.

Por último, el fin principal de este proyecto es estudiar la estructura del modelo turístico de

la isla de Lanzarote, y dar respuesta a si realmente ha habido un cambio en ella tras la pandemia. A mi juicio, considero que si ha cambiado, ya que, la isla de Lanzarote ofrece una gran variedad de actividades, destacando sobre todo, el turismo natural y de deporte, pero el problema es que desde el punto de vista de los turistas el destino sigue destacando por su clima y sus playas.

El destino tiene que seguir promocionándose, ofreciendo a los visitantes diferentes actividades, y dirigiéndose a un segmento distinto, que sea capaz de atraer a todo índole de turistas, capaz de aportar experiencias nuevas a cada uno de ellos. Con el objetivo final, de cambiar las perspectivas que tienen los turistas sobre del destino, que lo vean como un lugar de visita que va más allá del turismo de sol y playa.

8. Bibliografía

1. Tatiana David- Negre (2020). Nuevos análisis de marketing turístico ante los futuros retos: el destino como laboratorio viviente y los análisis biométricos.
2. Red de Destinos Turísticos Inteligentes (2021). Boletín COVID-19- Red DTI.
3. Cristina del Río Fresen (2020). Canarias Fortaleza.
4. Vanesa Castello (2020). Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19.
5. Cabildo Lanzarote, Centro de Datos. Encuesta Turística Lanzarote 2019.
6. Eurofound (2020). Living,working and Covid-19.
7. Federación Española de Asociaciones Autocaravanistas. Dossier sobre el autocaravanismo e impacto en el turismo.
8. Cabildo Lanzarote, Centro de Datos (2020). Lanzarote: Panel de Indicadores de Turismo.
9. Moisés Simancas Cruz, Raúl Hernández Martín y Noemi Padrón Fumero (2020). Turismo Post-Covid-19. Reflexiones, retos y oportunidades.

9. ANEXOS

TABLA 1. NÚMERO DE TURISTAS QUE VISITAN LANZAROTE, AÑO 2018-2019

MES	2018	2019	VARIACIÓN (%)	
			MES ANTERIOR	INTERANUAL
ENERO	222.283	239.830	-7,1	7,9
FEBRERO	246.283	272.428	13,6	10,6
MARZO	299.270	295.614	8,5	-1,2
ABRIL	266.432	256.776	-13,1	-3,6
MAYO	245.563	230.821	-10,1	-6,0
JUNIO	233.824	242.901	5,2	3,9
JULIO	258.746	270.438	11,3	4,5
AGOSTO	260.216	273.783	1,2	5,2
SEPTIEMBRE	249.877	235.534	-14,0	-5,7
OCTUBRE	265.950	258.722	9,8	-2,7
NOVIEMBRE	256.755	231.995	-10,3	-9,6
DICIEMBRE	258.185	256.733	10,7	-0,6
TOTAL	3.063.316	3.065.575		0,1

ELABORACIÓN PROPIA. FUENTE: INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICA (ISTAC). FRONTUR- CANARIAS.

TABLA 2. GASTO MEDIO POR TURISTA Y DÍA SEGÚN TRIMESTRE (2020-2018). LANZAROTE

PERIODO	LANZAROTE
2020	138,3
2020 4T	125,4

2020 3T	122,5
2020 2T	
2020 1T	145,5
2019	135,3
2019 4T	147,0
2019 3T	148,1
2019 2T	131,8
2019 1T	113,9
2018	146,0
2018 4T	158,3
2018 3T	162,7
2018 2T	135,6
2018 1T	126,6

ELABORACIÓN PROPIA. FUENTE: INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICAS (ISTAC). FRONTUR- CANARIAS.

TABLA 3. PAÍS DE RESIDENCIA DE LOS TURISTAS QUE VISITAN LANZAROTE.

PAÍS	2020	2019	2018
ALEMANIA	125.887	397.972	421.265
BÉLGICA	17.674	52.863	56.190
FRANCIA	53.334	157.727	149.500
HOLANDA	27.233	97.063	116.144
IRLANDA	51.351	311.688	291.428
ITALIA	17.400	68.997	75.053
P. NÓRDICOS	28.497	95.851	111.282
REINO UNIDO	299.697	1.420.765	1.401.147

OTROS PAÍSES	40.662	153.100	167.960
EXTRANJEROS	661.737	2.756.026	2.789.965
ESPAÑOLES	133.691	309.548	273.352
TOTAL	795.426	3.065.574	3.063.317

ELABORACIÓN PROPIA. FUENTE: INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICAS (ISTAC). FRONTUR-CANARIAS

TABLA 4. PERFIL DEL TURISTA

CARACTERÍSTICAS	2018	2019
SEXO		
Hombres	51%	47%
Mujeres	49%	53%
EDAD		
De 16 a 44 años	37%	38%
Mayor de 44 años	63%	62%
SITUACIÓN LABORAL		
Asalariado	56%	53%
Empresario con o sin asalariados	18%	19%
Estudiante, desempleado o labores del hogar	4%	5%
Jubilado	21%	22%
Otros tipos de inactividad	0%	1%
NIVEL DE INGRESOS		
Menos de 25.000 euros	14%	16%
25.000- 49.999 euros	36%	38%
50.000- 74.999 euros	26%	24%
75.000 euros o más	24%	23%

NIVEL DE ESTUDIOS		
Sin estudios o estudios primarios	9%	8%
Estudios secundarios	21%	22%
Estudios superiores	71%	70%

ELABORACIÓN PROPIA. FUENTE: INSTITUTO CANARIA DE ESTADÍSTICAS (ISTAC). FRONTUR- CANARIAS.

TABLA 5. PRINCIPALES MOTIVOS DE LOS TURISTAS PARA VISITAR LANZAROTE

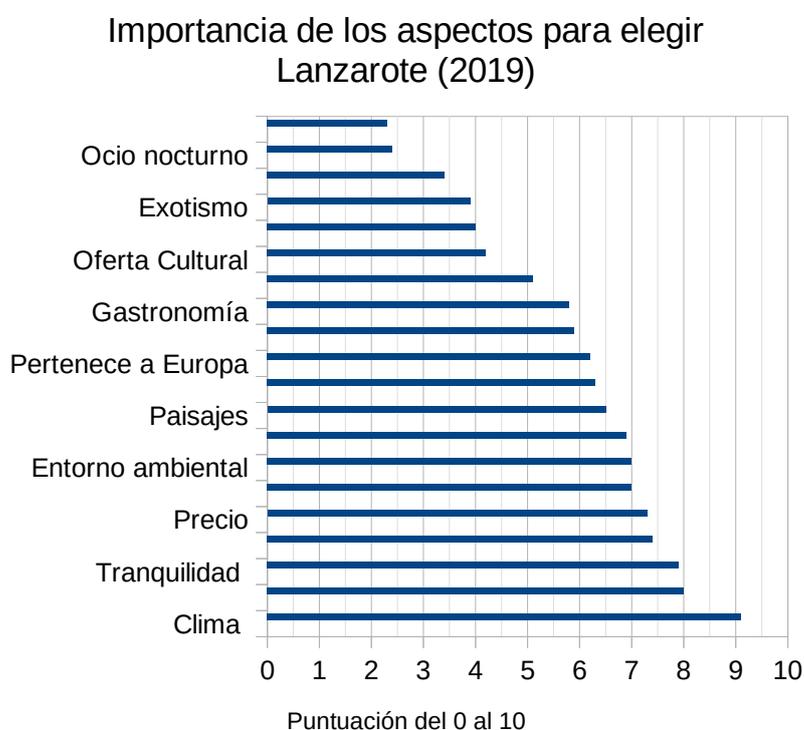


TABLA 6. TIPO DE ALOJAMIENTO QUE ELIGEN LOS TURISTAS EN LANZAROTE

TIPO DE ALOJAMIENTO	2018	2019
Hotel de 5 estrellas y 5 GL	7%	10%
Hotel de 4 estrellas	38%	39%

Hotel de 1, 2, 3 estrellas	10%	6%
Aparthotel o villa turística	31%	27%
Otros establecimientos colectivos (alojamiento rural, crucero, camping, etc.)	6%	6%
Vivienda o habitación alquilada a un particular	5%	6%
Vivienda propia o vivienda de amigos o familiares o intercambio gratuito de vivienda u otros alojamientos privados	4%	5%

ELABORACIÓN PROPIA. FUENTE: INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICAS (ISTAC). FRONTUR-CANARIAS

TABLA 7. DAFO DEL DESTINO EN 2019.

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El servicio que se ofrece es de gran valor para el mercado y posee un alto poder de atracción. • Posee flexibilidad a la hora de adaptar la oferta turística a las necesidades y gustos que exija el mercado. • La hospitalidad que posee el destino. • Ubicación privilegiada por su valor cli- 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad política de otros países competentes. • Cambio en las tendencias de demanda de los turistas. • Mayor auge y expansión de otros tipos de turismo como es el gastronómico, que permite diversificar en el turismo cultural. • Diversidad de productos locales, atrac-

<p>mático, natural y paisajístico.</p>	<p>tivos para el turista.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puesta en valor, por parte de las Administraciones Públicas, del patrimonio inmaterial de Canarias y de las actividades que permiten un desarrollo local.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentan dificultad de entrada en los canales de comercialización y para la captación de clientes • Poca visibilidad en los mercados internacionales. • Productos turísticos poco conocidos • Las infraestructuras están poco desarrolladas. • El desarrollo tecnológico es limitado en los servicios que se ofrecen. • El público objetivo está muy definido. • Posee una alta dependencia de los colaboradores (sobre todo de los tours 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baja aceptación del turismo por parte de los residentes, en la medida que aporta bajos beneficios a la población local. • Amplia oferta complementaria y sustitutiva a precios muy bajos. • Alto poder de los tour operadores y hoteles en la comercialización de las actividades turísticas. • Bajo reconocimiento de la cultura canaria como atractivo turístico. • Falta de innovación en el sector turístico.

operadores).	
--------------	--

ELABORACIÓN PROPIA. FUENTE: VARIAS

TABLA 8. NÚMERO DE TURISTAS QUE VISITARON LANZAROTE EN EL 2020-2021

MES	2020	2021	VARIACIÓN	
			MES ANTERIOR	INTERANUAL
ENERO	209.769	17.528	-55%	-92%
FEBRERO	215.054	11.902	-32%	-94%
ACUMULADO	424.823	29.430		-93%
MARZO	99.407			
ABRIL	0			
MAYO	0			
JUNIO	788			
JULIO	57.457			
AGOSTO	69.133			
SEPTIEMBRE	33.754			
OCTUBRE	41.635			
NOVIEMBRE	29.510			
DICIEMBRE	38.706			
TOTAL LANZAROTE	795.213			

ELABORACIÓN PROPIA. FUENTE: INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICAS (ISTAC). FRONTUR-CANARIAS

TABLA 9. PAÍS DE RESIDENCIA DE LOS TURISTAS QUE VIENEN A LANZAROTE. 2020

PAÍS	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ACUMULADO
TOTAL	57.457	69.133	33.754	41.635	29.510	38.706	795.213

TOTAL EX- TRANJERO	41.627	37.493	14.572	26.741	24.008	31.285	661.524
ALEMANIA	8.531	7.073	1.129	1.676	8.320	7.137	125.868
BÉLGICA	2.301	1.800	294	1.482	1.432	2.016	17.646
FRANCIA	1.771	4.841	2.592	5.238	628	3.278	53.272
HOLANDA	1.716	2.975	84	563	432	659	27.233
IRLANDA	3.135	2.738	1.426	2.133	1.476	2.017	51.351
ITALIA	1.868	2.879	1.123	953	306	321	17.400
PAÍSES NÓRDICOS	76	10	12	72	84	82	28.497
REINO UNI- DO	19.383	11.641	6.696	12.868	9.561	13.088	299.697
OTROS PAÍ- SES	2.847	3.536	1.218	1.757	1.768	2.688	40.561
TOTAL DE ESPAÑA	15.830	31.640	19.182	14.894	5.502	7.421	133.691

ELABORACIÓN PROPIA. FUENTE: INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICA (ISTAC). FRONTUR- CANARIAS.

TABLA 10. ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN LANZAROTE. COMPARACIÓN 2019-2020

MES	2019	2020	VARIACIÓN %	
			MES ANTERIOR	INTERANUAL
ENERO	70.946	71.239	-0,17	0,41
FEBRERO	70.594	71.307	0,10	1,01
MARZO	70.714	70.355	-1,34	-0,51
ABRIL	70.970	0	-100,00	-100,00
MAYO	70.668	346	0,00	-99,51

JUNIO	71.207	1.370	295,95	-98,08
JULIO	71.806	30.146	2100,44	-58,02
AGOSTO	71.822	36.445	20,89	-49,26
SEPTIEMBRE	71.850	36.106	-0,93	-49,75
OCTUBRE	71.050	30.200	-16,36	-57,49
NOVIEMBRE	70.617	33.349	10,43	-52,77
DICIEMBRE	71.357	35.199	5,55	-50,67
MEDIA ANUAL	71.136	34.715		-51,20

ELABORACIÓN PROPIA. FUENTE: INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICA (ISTAC). FRONTUR- CANARIAS.

TABLA 11. DAFO DEL DESTINO EN 2020

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Archipiélago aislado con mayor capacidad de control de epidemias por sus limitadas vías de acceso. (Puertos y aeropuertos). • Experiencia profesional y capacidad de respuesta empresarial como uno de los principales destinos turísticos del mundo. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejoras en la gestión, en el medio ambiente, en la sostenibilidad y en reducir la dependencia del exterior impulsando el comercio local. • Introducir la tecnología y la innovación aumentando el valor de los servicios prestados y la imagen que posee el destino.

<ul style="list-style-type: none"> • Buena imagen en la gestión de los primeros casos detectados en España que debe potenciarse como destino seguro sanitariamente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un cambio en el modelo turístico.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alta dependencia del exterior a todos los niveles: suministros, abastecimiento, economía, turismo). • Alto riesgo de cierres y quiebras de empresas del sector por falta de liquidez. Tras arrastrar la quiebra de Thomas Cook, hay muchas empresas canarias que no han conseguido superar dicho impacto y que no cuentan con recursos para hacer frente a la situación actual. • Alta dependencia de la conectividad aérea programada y decidida por empresas internacionales. • El peso del sector turístico está infravalorado en la economía canaria, por lo que muy probablemente su impacto 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Situación internacional de máxima inestabilidad social y económica. • Apertura de fronteras incierta (cuándo y bajo qué condiciones de seguridad). • Previsión de superación de la epidemia en nuestros mercados emisores muy heterogénea en el tiempo . • Recuperación de la conectividad aérea gradual y lenta unido al impacto en líneas aéreas y turoperadores (nacionalizaciones, quiebras...). • Menor poder adquisitivo de la población europea y de la demanda de viajes. • El miedo de la población europea a viajar.

<p>será mayor que el esperado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El desempleo que ha generado. 	
--	--

ELABORACIÓN PROPIA. FUENTE: CANARIAS FORTALEZA

TABLA NÚMERO 12. NÚMERO DE CASOS POSITIVOS Y MUERTES POR COMUNIDAD

COMUNIDAD	POSITIVOS	NÚMERO DE MUERTES
MADRID	686.681	15.016
CATALUÑA	587.461	14.191
ANDALUCÍA	554.961	9.666
C. VALENCIANA	391.121	7.318
CASTILLA Y LEÓN	225.340	6.775
PAÍS VASCO	188.197	4.189
CASTILLA LA MANCHA	186.481	5.861
GALICIA	122.625	2.378
ARAGÓN	119.340	3.446
MURCIA	110.994	1.590
EXTREMADURA	74.254	1.791
NAVARRA	60.376	1.164
BALEARES	59.463	823
CANARIAS	53.169	732
ASTURIAS	50.995	1.945
LA RIOJA	29.826	760
CANTABRIA	29.142	557
MELILLA	8.753	90

CEUTA	5.766	107
TOTAL ESPAÑA	3.544.945	78.399

ELABORACIÓN PROPIA. FUENTE: EL DIARIO

TABLA 13. NÚMERO DE ESPAÑOLES TELETRABAJANDO EN 2020

Evolución de los ocupados que teletrabajan habitualmente

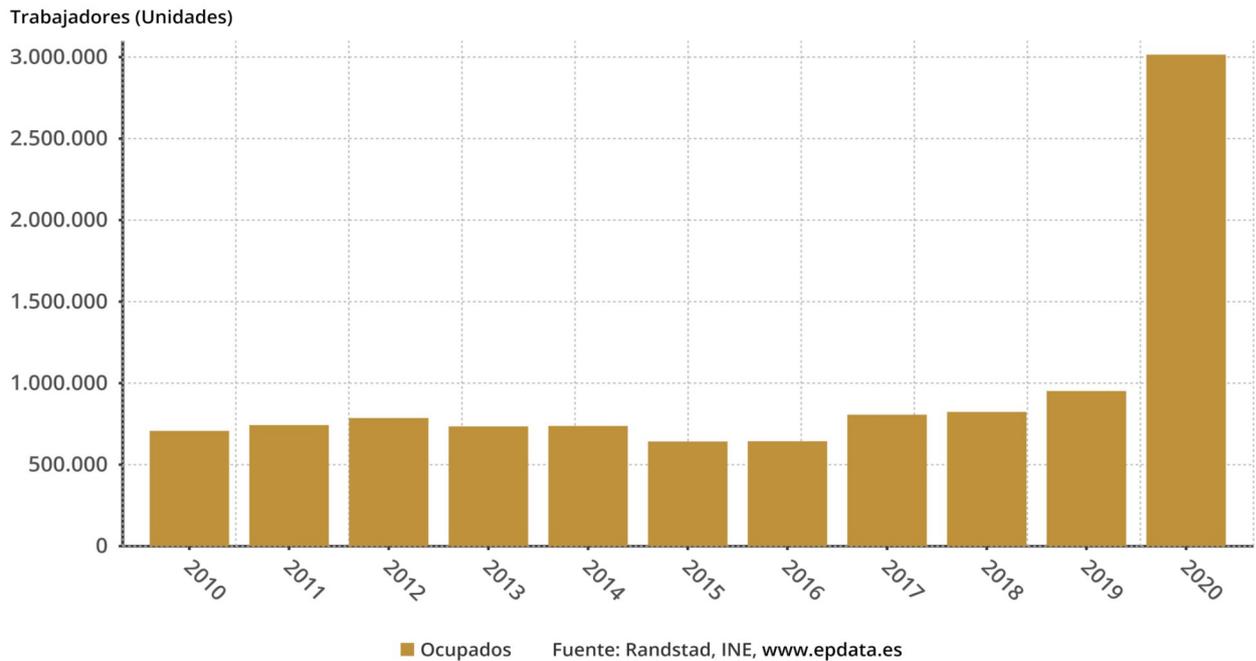
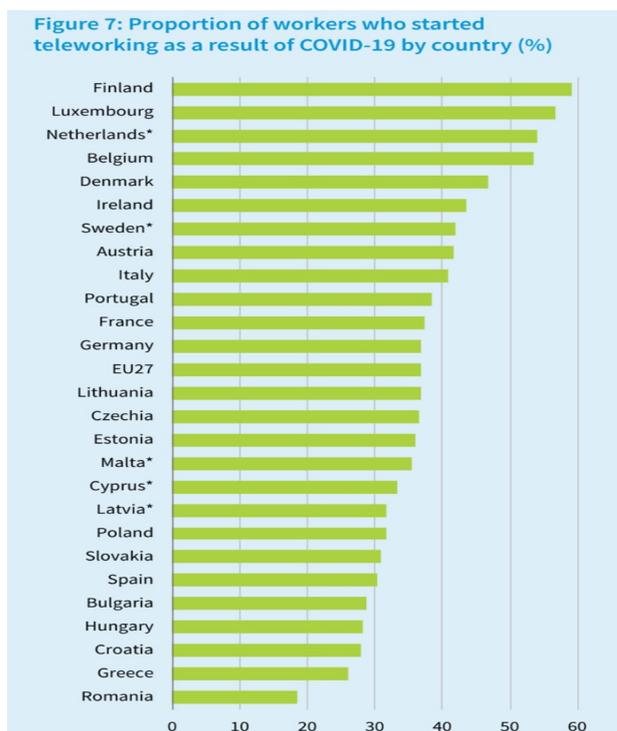


TABLA 14. PAÍSES QUE EMPEZARON A TELETRABAJAR A CAUSA DEL COVID-19



FUENTE: ARTÍCULO LIVING, WORKING AND COVID-19