



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

MEMORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

Análisis en relación a la resiliencia del turismo de las Islas Canarias y posibles medidas a aplicar para un turismo más sostenible.

Analysis of the resilience of tourism in the Canary Islands and possible measures for a more sustainable tourism.

Autor

Pérez Martín, Jesús 43840967T

Tutor

Peña Diaz, Manuel Ramón

Grado en Turismo

FACULTAD DE ECONOMÍA EMPRESA Y TURISMO

Curso académico: 2022/2023

SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA, 10 MARZO DE 2023

RESUMEN

El turismo en las Islas Canarias ha sido un motor fundamental para el sustento económico y social tanto del país como de la misma región. Por ello, ha demostrado su fuerte resiliencia tras la pandemia mundial y las varias consecuencias que esta trajo consigo, sumándole el conflicto bélico entre Ucrania y Rusia y los impactos que todo ello está provocando tanto a nivel social como económico. Las Islas Canarias se han visto obligadas a estudiar esas amenazas para convertirlas en oportunidades. De esta manera, se podrán implantar posibles nuevos modelos de negocio y estudiar las nuevas preferencias del turista actual, creando una actitud resiliente ante la situación.

En este caso, el foco principal a estudiar será la evolución del sector turístico y cómo este se prepara para responder infinitas preguntas que surgen al respecto ¿Qué valor se le dará a un turismo más sostenible? ¿Se buscará atraer otro tipo de perfil turístico? ¿Se valorará apostar por un turismo tecnológico? ¿Se implantarán las tecnologías para crear mayor seguridad? Sin duda alguna, la respuesta será apostar por un turismo más innovador que constantemente trate de establecer líneas de acción en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y las corrientes turísticas previstas.

PALABRAS CLAVES: resiliencia, innovador, sostenible, Canarias, oportunidades, ODS.

ABSTRACT

Tourism in the Canary Islands has been a fundamental driving force for the economic and social sustenance of both the country and the province itself. For this reason, after the world pandemic and the consequences it brought with it, the new war between Ukraine and Russia and the impacts it is causing both socially and economically, the Canary Islands have been forced to study these threats in order to turn them into opportunities. The Canary Islands have been forced to study these threats in order to turn them into opportunities. In this way, to create new business models and study the new preferences of today's tourists, creating a resilient attitude to the situation.

In this case, the main focus to be studied will be the evolution of the tourism sector and how it is preparing to respond to the infinite questions that arise in this respect. What value plan should be put in place for a more sustainable tourism? Will it seek to attract another type of tourist profile? Will it value betting on technological tourism? Will technologies be implemented to create greater security? Undoubtedly, the key is to opt for more innovative tourism.

KEY WORDS: resilience, innovative, sustainable, Canary Islands, opportunities.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. OBJETIVOS	6
3. METODOLOGÍA	7
4. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	8
4.1 CONTEXTO ACTUAL DE LAS ISLAS	8
4.2 IMPACTOS TURÍSTICOS EN CANARIAS Y PROPUESTAS DE TURISMO SOSTENIBLE	10
4.3 NUEVAS TENDENCIAS Y PREFERENCIAS DEL TURISTA	13
4.4 PRÁCTICAS SOSTENIBLES	15
4.5 LA GUERRA ENTRE RUSIA Y UCRANIA Y EL IMPACTO EN CANARIAS	19
4.6 AGILIZACIÓN DE LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA	21
5. EL SECTOR TURÍSTICO EN CANARIAS	23
5.1 COMO CREAR ESTRATEGIAS DE RESILIENCIA EN CANARIAS	23
5.2 ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN CANARIAS	25
5.3 ACCIONES COMPETITIVAS INNOVADORAS EN LA CADENA DE VALOR	27
5.4 POSIBLES ACCIONES INNOVADORAS	28
5.5 PAÍSES COMPETIDORES	29
5.6 DIGITALIZACIÓN Y TRANSICIÓN ENERGÉTICA	30
6. CONCLUSIONES	34
7. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA	36

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: ODS que se pueden llevar a cabo como prácticas sostenibles	17
Figura 2. Fuente Exceltur Ventas hoteles urbanos	20
Figura 3. Fuente: Exceltur Ventas hoteles vacacionales en costa	20
Figura 4. Fuente: Gobierno de Canarias. Estructura General del PTECan	31
Figura 5. Fuente: Elaboración propia. Oportunidades de la transición energética.	

INDICE DE GRÁFICAS

Gráfico 1. Elaboración propia con datos de ISTAC variación del PIB 2022	8
Gráfico 2. Elaboración propia con datos de ISTAC Llegadas de turistas a las Islas Canarias 2019-2022	9
Gráfico 3. Fuente: Elaboración propia con datos de ISTAC Elección de alojamientos por turistas.	15

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Promotur Residentes canarios según isla de origen y destino.	9
Tabla 2: Elaboración propia Impactos Turísticos en Canarias.	11
Tabla 3: Elaboración propia Prácticas para un turismo sostenible.	12
Tabla 4. Fuente: Elaboración propia de medidas para la reactivación del turismo	23
Tabla 5. Fuente: Elaboración propia Economía circular en Canarias.	25
Tabla 6. Fuente: Elaboración propia. Análisis DAFO de las Islas Canarias.	34

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los principales factores de ingresos de las Islas y, a su vez, ha demostrado ser un destino capaz de asumir las responsabilidades que el dinamismo del turismo conlleva, por lo cual las Islas han mostrado una resiliencia que ha permitido ser un destino competitivo e influyente. La industria turística de las Islas Canarias ha sido capaz de sobrevivir a crisis económicas, epidemias, cambio climático y nuevas tendencias. Esto se debe en parte a que la región cuenta con una amplia variedad de destinos turísticos, desde playas y montañas hasta parques naturales y zonas históricas. Esto significa que los turistas tienen muchas opciones para elegir cuando visitan las Islas Canarias, lo que ayuda a mantener el flujo de turistas.

Es cierto que en estos últimos años las islas han experimentado una situación sin precedentes, que ha dañado duramente el tejido donde desarrolla la actividad cualquier tipo de compañía, pero más especialmente las relativas al turismo. Esto es debido, lógicamente, a la pandemia y a la adopción de medidas sanitarias que no permitían la libre circulación de personas y que ha propiciado una crisis económica, junto al cierre de una gran cantidad de negocios que se nutrían principalmente de los visitantes extranjeros. A pesar de todo, parece ser que la situación mejora, pero es muy difícil que ciertas empresas puedan prorrogar más su endeudamiento y sean conducidas a la bancarrota.

Toda aquella debilidad o amenaza identificada desde un marco de gestión empresarial puede ser convertida en una gran estrategia a través de la implementación de nuevas prácticas, ya sean sostenibles, sanitarias, de negocio, marketing o promoción, pudiendo llevar a cabo una serie de subobjetivos que desemboquen en un bien mucho mayor para las empresas. Partiendo de esto, hemos de considerar no solo las nuevas tendencias surgidas de la pandemia, sino las nuevas tendencias que veníamos oteando desde hace tiempo: la sostenibilidad, la customización y la autenticidad de la experiencia.

Actualmente, algunas de esas consecuencias negativas se agrandan, por ejemplo, si le sumamos la guerra entre los países de Rusia y Ucrania, guerra que inició el 24 de febrero de 2022. La cual ha provocado grandes incertidumbres en el ámbito turístico y social de las islas. En particular, debido al alto nivel de dependencia del transporte marítimo y aéreo, afectando directamente a la subida de precios de combustible, con la respectiva repercusión en el precio de los pasajes para los turistas, entre otras.

Canarias, región de nuestro análisis, ha sido una de las tantas afectadas por estos sucesos, ya que el sector turístico es unos de los puntos de sustento de la comunidad, el cual hace tres años se registraron sus peores cifras, afectando a la hostelería y servicios derivados de la misma. En el enfoque económico, el impacto de la COVID-19 y el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania provocó una caída del PIB abocando al cierre de numerosas empresas, a la vez que afectó

al sector del empleo y sanitario, y creó una enorme incertidumbre con respecto a la situación de las islas. Nuestra prioridad con este estudio es indagar sobre qué medidas más innovadoras y seguras podemos adoptar tanto para fortalecer el turismo, como para convertirlo en más estable a largo plazo, y de esta manera proporcionar al visitante un destino seguro y una experiencia auténtica y agradable.

Por ello, lo primordial es conseguir que el visitante se sienta cómodo y seguro en nuestro destino a través del uso de buenas prácticas que permitan el disfrute de las actividades deseadas por el turista, pero que a su vez no perjudique a la población local. Por tanto, es primordial que todas las partes interesadas, es decir, turistas y habitantes trabajen de manera integral y se involucren en todos los objetivos, para garantizar un desarrollo turístico sostenible y responsable.

2. OBJETIVOS

El objetivo inicial será conocer en qué punto se encuentran las islas con respecto al turismo, economía y sanidad, para de esta manera poder determinar qué medidas podríamos implantar o incluso mejorar para crear un turismo más resiliente.

No obstante, el sector turístico siempre ha sido descrito como uno que fluctúa constantemente junto a tendencias inesperadas o extrañas a priori, lo cual no es algo nuevo. Ciertamente, la resiliencia del sector turístico es muy elevada a la vez que complicada, pero parece que es posible combatir así los efectos directos e indirectos de la pandemia, para lo cual hemos de planificar y gestionar de forma óptima todos los recursos disponibles de las empresas y del sector público.

De ahí que establezcamos un objetivo principal, que se concreta en medir el nivel de sostenibilidad en Canarias, analizando a su vez los distintos impactos negativos que puede producir el turismo, respondiendo a la gran pregunta que nos cuestionamos, ¿en qué medida puede afectar al turismo de Canarias los impactos del turismo no responsable? Todo con el fin de que las islas puedan adaptarse de forma más eficaz y eficiente a las nuevas demandas y a la nueva competencia. Se propondrán nuevas tendencias turísticas que encajen con los planes de la comunidad Comunidad Autónoma, a través de análisis, informes y estudios especializados del turismo.

Está claro que hay que establecer líneas de acción que puedan seguir las empresas, según la tipología de su situación, pudiendo apoyarse en ellas para intentar evitar efectos más devastadores en su economía. Junto a esto, la cooperación del sector público y privado ha de ser óptima con el fin de complementarse de forma recíproca, promoviendo ayudas, conocimientos, métodos, ideas y visiones. No obstante, hablamos del fomento de la proactividad y la co-creación entre el binomio sector público-sector privado, elemento que ha de ser explotado de forma eficaz para conseguir la estabilidad del sector y reducir los efectos de la pandemia, en cualquier caso.

Sin embargo, a medida que las tendencias turísticas evolucionan, el turismo crea un perfil distinto de turista que moldea el conocimiento y las medidas que se puedan tomar. Estas tendencias indican que el turista se preocupa más por consumir destinos locales, más rurales, un turista enfocado en la sostenibilidad. Este tipo de turismo experimenta un incremento significativo y se convierte en un potencial turístico con posibilidades a recuperarse rápido, en comparación a otras comunidades autónomas.

Para poder analizar la resiliencia y evolución que ostentan las islas, el TFG estará estructurado en tres bloques. El primero consistirá en estudiar la situación de Canarias pre y post COVID-19 en cuanto al ámbito turístico y económico, es decir, cómo ha evolucionado. El segundo bloque, tras el análisis del sector turístico en Canarias, se complementará con el perfil del nuevo turista y además, se estudiarán las acciones competitivas innovadoras de la cadena de valor del turismo. Para finalizar, el tercer y último bloque plasmará las conclusiones, con sugerencias sobre cómo convertir las amenazas que tiene actualmente el sector, en oportunidades y, de esta manera, saber qué medidas adoptar para el nuevo modelo turístico que se adapte mejor al desarrollo sostenible turístico de Canarias.

3. METODOLOGÍA

La metodología utilizada en la elaboración de este trabajo ha sido la investigación cuantitativa a través de una combinación de exploraciones bibliográficas y análisis de bases de datos de las organizaciones e instituciones más importantes en el ámbito turístico local. La mayor parte de la información ha sido obtenida del Instituto Nacional de Estadística (INE), el Instituto de Turismo de España (Turespaña), Exceltur (Alianza para la Excelencia Turística), Instituto Canario de Estadística (ISTAC), el Ministerio de Sanidad, entre otras páginas online que estudian el tema escogido.

El punto de partida para analizar la situación del tema ha sido la investigación tanto del turismo de antes de la pandemia como el de después, así como las nuevas tendencias turísticas que empezaban a establecerse en la cadena de valor del archipiélago. Entre ellos, nos respaldamos en estadísticas, gráficos tanto sociales como económicos del turismo y Canarias. El motivo por el cual se ha elegido este método es porque consideramos que se adapta mejor para dar respuesta a las preguntas planteadas y lograr los objetivos formulados.

Finalmente, una vez estudiada dicha situación, procederemos a plantear una serie de posibles soluciones al respecto. En particular proponemos convertir esas posibles amenazas en potenciales oportunidades con el fin de proponer aceptables mejoras a largo plazo en el turismo de Canarias. Y por otro lado, plasmar las conclusiones que lleguemos a obtener sobre Turismo, COVID-19, guerra y otros factores, destacando entre ellas las que consideramos más importantes.

4. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

4.1 CONTEXTO ACTUAL DE LAS ISLAS

Está claro que la situación actual del sector se encuentra en clara mejoría desde el año 2021, según los informes de Exceltur que indican “la actividad turística directa e indirecta del archipiélago de las islas en 2021 alcanzó los 8.834 millones de euros, un 29,8% por encima de los registros de 2020, y elevando al 21,7% el peso y contribución del turismo a la economía canaria en 2021.” El sector turístico en Canarias siempre ha tenido un papel fundamental, tanto para el PIB (35%) como para el empleo (40%), lo cual ha ocasionado un impacto mucho más grande de lo imaginable. Aunque se hablaba de una posibilidad de retorno a la situación precrisis a finales del 2023 del PIB, en comparación a la enorme caída que experimentamos en 2020, aún no parece posible tal recuperación pero sí es perfectamente identificable.

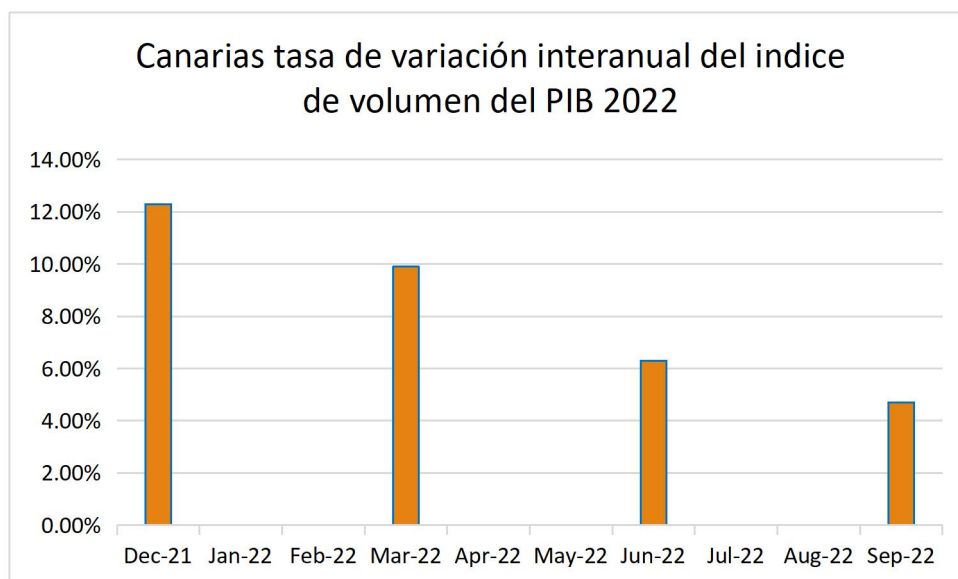


Gráfico 1. Elaboración propia con datos de ISTAC variación del PIB 2022

Principalmente, los países de Reino Unido, Alemania y resto de España han sido los principales emisores de turistas para Canarias. Incluso, estos tres países se mantuvieron como líderes en el 2020, a pesar de las dificultades ocasionadas por la pandemia. En 2022 hubo mejoras gracias al procedimiento de vacunación y libre circulación entre islas, cerrando así en diciembre con una cifra de turistas extranjeros de 1.317.542, de los cuales los de mayores entradas fueron procedentes de Reino Unido (468.985), en segundo lugar, Alemania con 257.898 y, por último, restantes turistas españoles fueron 131.348.

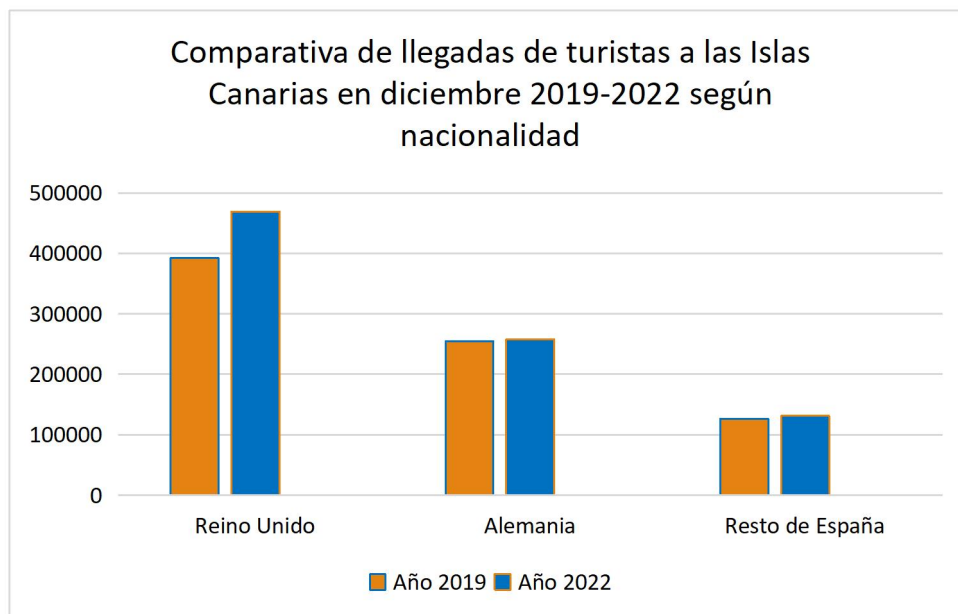


Gráfico 2. Elaboración propia con datos de ISTAC Llegadas de turistas a las Islas Canarias 2019-2022

Las islas no solo se benefician de la llegada de turistas del exterior, sino que la población canaria también contribuye a su propio desarrollo económico. Los habitantes del archipiélago realizan viajes tanto en su isla de residencia como en las seis restantes y, al igual que los forasteros, visitan sobre todo Gran Canaria y Tenerife. La estancia media es de unos tres días y medio y el gasto anual llega a superar los 2.000 millones de euros. Entre los municipios más visitados, destacan San Bartolomé de Tirajana y Mogán, en Gran Canaria, y Adeje, en Tenerife

Residentes canarios alojados según isla de origen (residencia) y destino (alojamiento)

ISLA DE RESIDENCIA	ISLA DE ALOJAMIENTO								CANARIAS
	Lanzarote	Fuerteventura	Gran Canaria	Tenerife	La Gomera	La Palma	El Hierro		
Lanzarote	2.621	1.075	4.609	1.434	20	36	525		10.320
Fuerteventura	1.192	6.806	5.640	246	31	5	1		13.921
Gran Canaria	3.533	5.750	44.428	5.845	1.062	662	4		61.284
Tenerife	5.741	2.824	5.142	20.262	4.906	764	338		39.977
La Gomera	8	0	0	1.803	160	52	0		2.023
La Palma	1.601	2.284	2.079	14.197	215	1.714	0		22.090
El Hierro	40	24	1.402	3.571	43	78	0		5.158
CANARIAS	14.736	18.763	63.300	47.358	6.437	3.311	868		154.773

Variación interanual: septiembre 2021/2019

Tabla 1: Fuente: Promotur. Residentes canarios alojados según su isla de origen y la de destino.

Actualmente Canarias ha recuperado tan sólo en el primer semestre de 2022 una actividad turística de casi el 90% de la época antes de la COVID-19, gracias, en parte, a su imagen de destino seguro y confiable. Las llegadas del mercado británico en plena reactivación turística, ha colocado a las islas como

unos de los principales destinos turísticos de confianza, por encima de Baleares, llegando incluso a igualar a Cataluña, con unas cifras que superan la barrera prepandemia de más de un millón de turistas mensuales. Tales estudios, realizados en abril de 2022, confirman por un lado el liderazgo que tienen las Canarias como un destino internacional y nacional seguro. Sin embargo, es necesario disminuir la dependencia que presentan las mismas de sus principales mercados, es decir, alemán, británico y peninsular, pues circunstancias como una reducción del porcentaje de su capacidad adquisitiva, o si se llegan a interesar en otros destinos turísticos, puede resultar sensiblemente peligrosa para la comunidad autónoma. De ahí, que consideremos necesario implantar un programa que se centre más en la calidad y seguridad a largo plazo de los turistas.

Gracias al turismo, podemos apreciar una aceleración de la recuperación tanto económica, como social, en cuanto a los empleos que se están creando por dichas cifras positivas. Aun así, hoy en día, a pesar de estas mejoras en la situación, todavía existen desafíos importantes que deben abordarse, como la necesidad de garantizar la seguridad sanitaria de los turistas y la población local, y la necesidad de fomentar un turismo sostenible y equitativo.

El turismo siempre ha sido un sector muy dinámico y fluctuante, que requiere gran capacidad de conocimiento y experiencia para prever las amenazas y convertirlas en una oportunidad factible para que la empresa evolucione. En resumen, el contexto actual del turismo en Canarias es de recuperación, tras los efectos negativos de la pandemia, desastres naturales y consecuencias de guerras, pero también de desafíos y oportunidades para garantizar un desarrollo sostenible y responsable a largo plazo.

4.2 IMPACTOS TURÍSTICOS EN CANARIAS Y PROPUESTAS DE TURISMO SOSTENIBLE

4.2.1 IMPACTOS

Es cierto que las islas han experimentado buenas cifras en distintos campos, pero también han sufrido algunos impactos turísticos que podríamos agrupar en tres tipos: socioeconómicos, socioculturales y ambientales.

IMPACTOS TURÍSTICOS EN CANARIAS		
SOCIECONÓMICOS	SOCIOCULTURALES	MEDIOAMBIENTALES
Inflación y revalorización de ciertas áreas.	Aumento de los niveles de delincuencia.	Evolución del paisaje, debido a modificaciones físicas del territorio afectando así a la flora y fauna de las islas.
Enriquecimiento de empresas extranjeras.	Conflictos entre turistas y residentes por temas de nacionalidad, fenotipo, religión, ética y cultura.	Elevación de ocupación en algunas zonas territoriales, por la alta demanda.
La población opta por	Creación de desigualdad	Destrucción del

empleos no cualificados, mientras los empleos con mayor cualificación son cubiertos por personas extranjeras.	social entre los habitantes locales, ya que no todos pueden disfrutar de algunos servicios como los turistas. Provocando de esta manera una división social entre población local y turistas.	ecosistema de las islas.
El coste de vida mayoritariamente alto, y el precio de las viviendas se disparan en algunas zonas turísticas como consecuencia de la demanda.	Sobrepoblaciones turísticas dando lugar a un aumento de contaminación y pérdida de identidad local.	Desvanecimiento de especies, por medio de los impactos sobre la biodiversidad.
Creación de productos que no benefician al comercio local.	Dificultad de acceso a nuevas zonas de ocio a la población local.	Abuso en recursos, ya que, muchos turistas se aprovechan de los recursos naturales de Canarias sin preocuparse por el impacto que esto conlleva. Provocando una disminución de calidad de los recursos naturales.
Residentes limitan su consumo de ciertos productos, consecuencia de la elevación de precios en los mercados.	Disminución o casi pérdida de costumbres de identidad propias.	Generación elevada de residuos.

Tabla 2: Elaboración propia Impactos Turísticos en Canarias.

De los impactos citados, uno de los que más perjudica a las islas en el ámbito socioeconómico es el “enriquecimiento de empresas extranjeras” ya que los beneficios obtenidos se quedan en el país de origen de la empresa, impidiendo de esta manera que las empresas canarias o comercios locales crezcan.

Cabe destacar que existirían peores efectos socioeconómicos si el Gobierno no hubiera establecido un Real Decreto-Ley (5/2021, 12 de marzo) por el cual se financiaba a toda aquella empresa o autónomo que perdiese un 30% del volumen de operaciones anual con respecto al año anterior a la pandemia. Esta medida fue muy favorable para el sector, ya que pudo paliar los efectos de la pandemia mediante subvenciones, que han permitido a empresarios y trabajadores recuperar el optimismo y remontar la mala racha en la que se encontraban.

Por consiguiente, otro impacto a destacar sería en el campo sociocultural, la “disminución o casi pérdida de costumbres de identidad propias” ya que, como bien sabemos, la cultura canaria forma parte del “producto turístico”. Las tradiciones y costumbres ya no son íntegramente traspasadas de generación en generación, sino que son utilizadas y manipuladas con el fin de explotarlas económicamente, perdiendo su simbolismo y su valor para el pueblo.

Por último, entre los impactos medioambientales, es destacable el que conlleva la “destrucción del ecosistema de las islas”. Un ejemplo de ello es la actual controversia del hotel que están construyendo en la Playa de la Tejita, Tenerife. Suelo protegido en el Espacio Natural Protegido de Montaña Roja, el cual afecta a una de las pocas playas vírgenes de la isla, provocando la destrucción de un espacio casi único, a su vez induciendo desacuerdo entre la población canaria que, a día de hoy, se opone y sigue luchando por la paralización total de dicha obra. Por ello, es necesario analizar cada uno de estos impactos y crear nuevas propuestas para un turismo más sostenible que se adapte al plan de Canarias, por ejemplo, donde nos distingamos por llevar a cabo la sostenibilidad, alianza con la naturaleza y cultura canaria, es decir, ofrecer a los turistas productos turísticos innovadores y sostenibles. Llevando esto a cabo, podríamos conseguir incluso, un nuevo perfil de turistas más concienciado y más asociado a la naturaleza y cultura canaria.

4.2.2 ALTERNATIVAS

Algunas de las propuestas que podríamos introducir, sería el comercio local y la cultura en las islas, es decir, incentivando los productos locales y sostenibles, como los productos orgánicos y los productos de temporada. También se pueden promover restaurantes que trabajen con productos locales y que utilicen prácticas sostenibles en su gestión. Se pueden desarrollar rutas turísticas culturales que promuevan la conservación del patrimonio y la convivencia con las comunidades locales. Con ello, podríamos contribuir a generar beneficio local, en detrimento del que obtienen las empresas externas.

PRACTICAS TURISMO SOSTENIBLE		
SOCIECONÓMICAS	SOCIOCULTURALES	MEDIOAMBIENTALES
Empezar a dar prioridad al comercio local.	Informar y formar tanto a turistas como personas locales de la importancia de los patrimonios culturales y naturales, mediante cursos, propaganda o incentivos.	Fomentar los alimentos de kilómetro 0.
Ajustar precios para evitar desequilibrio con la población local.	Incentivar más las tradiciones más allá de venderlas como marketing.	Promover los paquetes de turismo natural y actividades ecológicas.
Ofrecer buenos empleos a los residentes con formación.	Ofrecer a los turistas productos locales, para de esta manera mostrar el valor del mismo.	Analizar y ajustar el plan de energías renovables.
Asociar turismo sostenible y empleos.	Promover más actividades de ocio sostenible, como los senderos, talleres de cultivo, etc.	Promover la importancia de proteger la biodiversidad.
Ofrecer más productos sostenibles a los turistas.	Se pueden desarrollar campañas de sensibilización para los	Controlar tanto la construcción o actividades que vayan a dañar el

	turistas y los operadores turísticos, y promover prácticas sostenibles en la gestión de los alojamientos turísticos.	medio.
--	--	--------

Tabla 3: Elaboración propia Prácticas para un turismo sostenible.

Por otro lado, en cuanto al medioambiente, es necesario un plan que promueva la protección de la biodiversidad de las islas, es decir, que exista un equilibrio con la preservación del medio, un ahorro de los bienes y recursos que nos ofrece Canarias. En esta línea será preciso desarrollar implantaciones de energías renovables, leyes de protección de suelo más que nada para controlar el marco territorial de las islas que actualmente están siendo explotado por la creación de hoteles, centros comerciales, edificios, entre otros. Y de esta manera, controlar el crecimiento de las urbanizaciones con respecto a la importancia del medioambiente de la zona. Se pueden promover actividades como senderismo, observación de aves, turismo rural y actividades relacionadas con la conservación del medio ambiente.

Así mismo, proponer planes para la reducción de residuos producidos tanto por los turistas y personas locales, por medio del fomento de energías renovables, por campañas de concienciación, ya sea por parte de los hoteles, aeropuertos, playas o lugares turísticos donde puedan proporcionar información sobre cómo y dónde separar los residuos reciclables y cómo, a su vez, reducirlos. De igual manera, el Gobierno de Canarias debería estudiar la implantación de regularizaciones, por ejemplo, prohibir ciertos materiales de un solo uso, como bolsas de plásticos, o exigir que los hoteles o aeropuertos tengan planes de gestión de residuos, o incluso, la regularización de cantidad de residuos o sobreexplotación de materias como el agua, es decir, colocar un límite coherente de uso de cada material para que de esta manera no haya producción extra de dichos residuos.

En resumen, estas son solo algunas ideas que se pueden promover para crear un turismo más sostenible en Canarias. Es importante que se trabajen en conjunto con las autoridades locales, los operadores turísticos y los turistas para lograr un turismo más sostenible y responsable en la región.

4.3 NUEVAS TENDENCIAS Y PREFERENCIAS DEL TURISTA

Está claro que después de la pandemia ha variado la tipología de turistas, buscando estos una finalidad en el viaje mucho más profunda de lo que venía establecido en el típico turismo de sol y playa de las islas. No obstante, los expertos conocían con antelación cuáles iban a ser las principales tendencias por las que los visitantes se iban a interesar, tendencias que se establecieron

mucho más rápido de lo previsto debido al impacto de la pandemia. Por lo tanto, ha habido una transición a un turismo más sostenible, conectado con la economía local y complementado con un turismo cultural que sostenga eficientemente la gran llegada de turistas a las islas y, que además, conforme un destino competitivo y responsable.

Sin duda alguna, el turismo sostenible se implantará a largo plazo, por ello, podemos encontrar una amplia serie de nuevas preferencias turísticas que seguramente irán variando según las necesidades vayan haciéndolo. En primer lugar, conviene determinar qué es un turista sostenible, que se define como el turismo que se preocupa y valora la protección del destino a visitar y muestra estima por la población local y por el patrimonio natural y cultural del destino. Además, es necesario asociarla con nuevos conceptos, como puede ser el de Educación más Vacaciones, “Ed-venture”, que se basa en implantar la educación como una alternativa de ocio o el “slow travel” hace que el turista goce de una experiencia aún más grande del producto, convirtiéndolo automáticamente en un destino con un objetivo de goce auténtico, cercano y natural.

Cabe señalar que evidentemente habrá un aumento en la demanda de la búsqueda de viajes al aire libre o entornos naturales. Dado que, aún seguirá el miedo al contacto físico, a los lugares concurridos y a los espacios cerrados, el turismo rural y de naturaleza serán unos de los escenarios más beneficiados, ya que implica un contacto cercano con la naturaleza y no con las personas. Por otro lado, la búsqueda de nuevas experiencias en destinos turísticos seleccionados seguirá jugando un papel fundamental. Es decir, el turista seguirá buscando sus mínimas expectativas sobre un destino, de modo que garantizar la mejor experiencia e incluso superar esa imagen será clave.

En lo que a Canarias se refiere, uno de los retos en los que hay que incidir es en dar visibilidad al archipiélago a través de innovaciones que consigan crear nuevos modelos de negocio que se adapten y reestructuren en la nueva situación actual. Ofrecer al próximo turista nuevos productos y servicios, además de vender y prestar servicios, dado que, el ser flexible con los consumidores es otra de las ventajas que destinos como Canarias deben tener en cuenta. De este modo, el turista podrá tomar decisiones que se ajusten a sus necesidades y se sentirá más cómodo. Teniendo esto en cuenta, muchos de los turistas pueden llegar a plantearse un destino como Canarias para sus vacaciones, debido a su alta capacidad competitiva y resiliencia en comparación con otros destinos similares.

Por otro lado, la estancia media de los turistas no ha variado, ya que continúa situándose en torno a los 10 días en estos últimos años. Sin embargo, son más las personas en búsqueda de apartamentos de alquiler a corto plazo como Airbnb u hoteles de 2,3 y 4 estrellas en comparación con el año 2019, al contrario que en la elección de hoteles de 5 estrellas, que disminuye comparado con el año 2022.



Gráfico 3. Fuente: Elaboración propia con datos de ISTAC Elección de alojamientos por turistas.

En definitiva, la mayor tendencia actualmente se encuentra en el turismo interior, más aún, en el Turismo rural. El principal objetivo de este tipo de turismo es incentivar al turista a viajar por zonas locales dentro del mismo país, sobre todo para la mejora de las condiciones locales, por ejemplo, la economía, ya que puede haber un incremento de este. En 2021, después de la pandemia, Tenerife recibió un total de 445.025 de turistas locales, Gran Canaria acogió a un mayor número de turistas residentes con un total de 580.690, sin embargo, el Hierro se quedó en uno de los últimos puestos entre las islas, con un número de turistas residentes de 8.400.

4.4 PRÁCTICAS SOSTENIBLES

La situación actual nos ha hecho analizar las posibles prácticas sostenibles, que se deberían llevar a cabo a la hora de garantizar tanto un destino turístico seguro como para fomentar el mismo. Aunque este tipo de prácticas ya se hubieran estudiado y puesto en marcha, es necesario, volver a analizarlas e implementarlas según la situación actual, desde el punto de vista estratégico. Es imprescindible que el turismo canario contribuya con todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ya sea de manera directa o indirecta. Concretamente, centrándose en las metas de los Objetivos 8, 12 y 14, relacionados con el desarrollo económico inclusivo y sostenible, el consumo sostenible de los océanos y los recursos marinos. Además, podría combinarse con otros objetivos como el 10, 11 y 15, que respectivamente tratan sobre la reducción

de la desigualdad, la promoción de comunidades y ciudades sostenibles, y a su vez de la protección de los ecosistemas terrestres.

- **OBJETIVO 8.** Promover el crecimiento económico continuado, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos. Meta 8.9: “Hasta 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”. El turismo, es la fuente principal en la generación de riqueza, este objetivo puede ofrecer oportunidades de empleo a un elevado porcentaje de la masa trabajadora, debido a su responsabilidad en cuanto a su contribución a la creación de empleo estable.
- **OBJETIVO 12.** Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. Meta 12.b: “Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”. Iniciativa responsable de los recursos, adoptando prácticas de consumo y prestación de servicios que persigan la sostenibilidad, por ejemplo mediante programas en los puestos de trabajos, para que así mismo los empleados lo plasmen a los visitantes.
- **OBJETIVO 14.** Conservar y utilizar eficientemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible. Meta 14.7: “De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo”. En la mayoría de los destinos y en Canarias aún más, el turismo costero y marítimo es el de mayor importancia en el conjunto de la oferta. Este tipo de turismo depende de unos ecosistemas marinos saludables. En este sentido, el desarrollo turístico debe promover la conservación de unos ecosistemas marinos frágiles, formando parte de la ordenación integrada de las zonas costeras y promoviendo la economía azul.
- **OBJETIVO 10.** Reducir la desigualdad. La integración del turismo en la comunidad local contribuye a generar desarrollo económico y promover la redistribución de la riqueza. La participación de la población local en el sector es un aspecto clave que excede en la mejora de las condiciones sociales, contribuye a la disminución de las desigualdades y ofrece una oportunidad de desarrollo y prosperidad locales.
- **OBJETIVO 11.** Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles. Como se ha comentado anteriormente, el turista de calidad visita lugares que se respeten a sí mismos, lugares agradables para sus ciudadanos, porque si no, no lo será para los turistas. El turismo sostenible puede contribuir

con el impulso a la mejora de infraestructura urbana y sostenibilidad trazando retos y oportunidades para el turismo en el escenario de la COVID-19. En definitiva, lograr unas ciudades más habitables, verdes e inteligentes para sus ciudadanos y para sus turistas.

- **OBJETIVO 15.** Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad. El turismo sostenible puede contribuir a la conservación de la biodiversidad, a la vez que promueve la preservación de los ecosistemas terrestres, con políticas de reducción de residuos, minimización de huella de carbono y estrategias de conservación de flora y fauna autóctonas. Estos ecosistemas forman parte importante de los elementos que conforman las expectativas, motivaciones y posterior experiencia del turista en el territorio.



Figura 1: ODS que se pueden llevar a cabo como prácticas sostenibles.

La ventaja de llevar esta serie de ODS es que conlleva a una serie de beneficios si lo aplicamos en diferentes propuestas, tales como:

- **Apostar por un turismo más sostenible.** Para crear una oferta de calidad, integrada en la sociedad, el medio ambiente y las futuras generaciones, es fundamental articularse con la integración del resto de sectores económicos y sociales. Por ello, necesitamos un sector primario que ofrezca productos locales de calidad KM0, productos autóctonos y únicos con identidad de destino. Dicho sector debe tomar un papel clave, como agente y proveedor de la oferta, creando experiencias a través de la tradición y cultura.

De este modo, se ofrecerán servicios más cercanos y personalizados. Este cambio turístico está ligado a una diversificación de la económica global, donde se reduce el turismo en masas a un turismo más sostenible, de mayor escala y cercanía, mejorando la cadena de valor.

Una de las mayores adversidades a las que se enfrentan las islas como destino ultraperiférico, es que la manera más cómoda y accesible de viajar hacia el archipiélago es en avión. Esto es un factor importante, ya que el avión es el transporte más contaminante que existe y que no solo

puede hacer dudar al turista a la hora de elegir destino, si no que la Unión Europea también pretende disminuir y penalizar los desplazamientos en avión, por lo que podría afectar de forma muy sensible al turismo.

- **Fomentar la reducción de emisiones tanto en transportes como alojamientos por su peso en la huella de Carbono.** Para ello, podemos buscar realizar eventos donde promueven este movimiento y buscando algunas alternativas más innovadoras para lograr este objetivo, un ejemplo de ello sería el Tenerife Walking Festival, este evento a nivel internacional de senderismo intenta colocar a la isla en unos de los puntos de referencia a nivel mundial en cuanto a la actividad. Algunas de las medidas que quieren llevar a cabo es la integración digital, la optimización de energía eléctrica en este sentido y planificar el evento para consumir luz solar en vez de aparatos que produzcan un alto gasto energético, así como, una red de transporte o voluntarios los días del evento para evitar más contaminación.
- **Aumentar la integración de energías renovables, donde predominen más las infraestructuras de I+D,** a su vez, de intentar concienciar a la población sobre el uso de energías renovables, nuevas tecnologías y sobre todo el fenómeno volcánico.
- **La limpieza y recogida de basura cerca de la superficie del mar.** Dirigida a la participación y compromiso tanto de residentes y turistas con la sostenibilidad, así como la educación de responsabilizar el cuidado de la vida marina, puesta ya en marcha en la feria Fenáutica en la liberación y formación de tortugas.
- **Desarrollar un turismo competitivo, inclusivo y sostenible** donde sean partícipes residentes, sector privado turístico y ámbito público, que se implante una formación competitiva para el capital humano turístico. Esto es, que las empresas turísticas cuenten con la ayuda de residentes del territorio, ofreciendo servicios y productos competitivos y sostenibles para generar empleos locales dignos. A su vez, es necesario llevar una medición, que se base mucho más allá de entradas y pernoctaciones, teniendo en cuenta los cinco principales ejes para establecer la sostenibilidad: el político, el económico, el medioambiental, el social y el geográfico.
- **Implantar ayudas para trabajadores y solicitantes de empleo a nuevos puestos de trabajo,** creando puestos de trabajo de valor mediante, por ejemplo, las nuevas tecnologías. A su vez, la integración de formaciones y cursos online para promover la mejora calificativa del personal en los sectores de prestación de servicios, gestiones administrativas, idiomas, medidas de seguridad.
- **Reforzar la Red de Destinos Turísticos Inteligentes,** es decir, intentar llevarlo a cabo de manera eficaz para poder llegar a ser líderes en el sector turístico mediante la sostenibilidad, innovación y tecnologías garantizando calidad y evolución en las islas.

- **Crear un compromiso entre empresa y empleado**, donde se implanten medidas necesarias para garantizar la continuidad de empleos mediante regulaciones de empleos temporales y flexibilidad. La reforma laboral vigente desde marzo de 2022, que pretende dar estabilidad al empleo con contratos fijos, sin duda está contribuyendo a ello.

-

4.5 LA GUERRA ENTRE RUSIA Y UCRANIA Y EL IMPACTO EN CANARIAS

Actualmente nos encontramos ante una nueva situación, y es que después de la pandemia mundial y sus efectos producidos en el mundo, nos enfrentamos a posibles impactos en el turismo de las islas debido a la guerra entre Rusia y Ucrania.

Cabe señalar que el turismo ruso tiene un gran impacto en el archipiélago debido al gran flujo de turistas que supone. Estos siempre han elegido las islas por el contraste del clima de estas con respecto al de Rusia, por lo que la paralización de las llegadas puede suponer un gran golpe para la industria.

Aunque el conflicto no haya incidido directamente en las islas, actualmente se observan varios impactos indirectos en la industria, por ejemplo con las paralizaciones entre los viajes desde Rusia a España. Según las estadísticas, indican que en 2019 supusieron los turistas rusos unos ingresos de 1.400 millones de euros, es decir, una media 1,97% de los ingresos turísticos. Dichas cifras disminuyeron a través de la pandemia hasta llegar apenas a 113 millones en 2020, contando con una ligera recuperación en el 2021 tras la pandemia.

Por otro lado, los asientos programados desde el 27 de febrero al 31 de diciembre (2020) de Rusia a España apenas llegaban a 168.000 plazas, es decir, un 85% menos que en 2019, todo ello contando con una posible recuperación tras ir suprimiendo las restricciones de la movilidad entre fronteras. Sin embargo, el inicio de la guerra ha terminado por disminuir aún más la recepción del turista ruso, mayormente en los destinos donde el esta nacionalidad tenía mayor influencia.

El conflicto bélico no solo está desestabilizando la demanda, sino que también está provocando que las islas estén en una posición desfavorable con respecto a la conectividad de un potencial cliente que suele pernoctar 2 semanas (un 80% de turistas rusos se alojan en hoteles de 4 estrellas) y que se gasta alrededor de 1300€, según Turespaña.

Entre los posibles riesgos que existen para el turismo canario se encuentra la percepción que el turista puede tener en relación a la seguridad a la hora de visitar Europa. Si la situación en Ucrania se agrava y se produce una inestabilidad política y económica en Europa, algunos turistas pueden considerar que viajar a los países europeos es más arriesgado que ir a otros destinos turísticos más seguros. En dicho caso, Canarias podría perder turistas y ver disminuida la afluencia de visitantes.

La inflación ya ha hecho efecto, ya que el precio del combustible ha llegado a incrementar hasta un 27.5%, según IATA (International Air Airport Association), lo que ha conllevado al encarecimiento de los billetes y a que las aerolíneas se planteen eliminar las conexiones menos rentables. Por esta razón ha habido una crisis de energía en la que los países occidentales han tratado de buscar otras fuentes de gas para reducir su dependencia de Rusia.

Por otro lado, se estima que los precios de los hoteles también suban, ya que en lo que va de conflicto ha alcanzado un 30%, provocando un descenso notorio en las reservas hoteleras, si los precios aumentan debido a la situación en Ucrania, algunos turistas pueden optar por destinos turísticos más económicos.

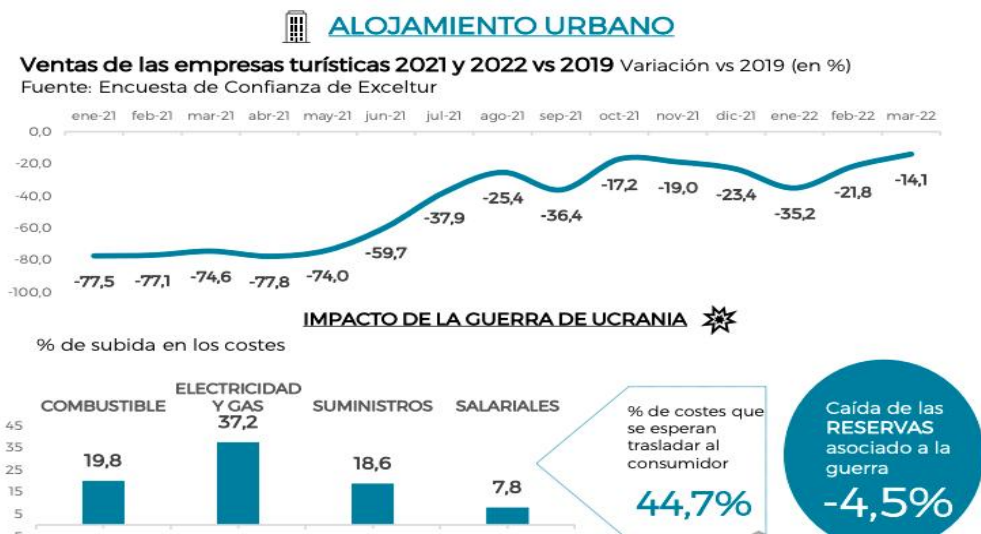


Figura 2. Fuente: Exceltur Ventas hoteles urbanos



Figura 3. Fuente: Exceltur Ventas hoteles vacacionales en costa

Adicionalmente, la disminución del turismo en Europa puede ser una oportunidad para Canarias. Si la afluencia de turistas disminuye en otros destinos europeos, los turistas pueden optar por visitar Canarias, lo que podría aumentar el turismo en las islas.

En conclusión, la guerra en Ucrania tiene un impacto directo e indirecto en el turismo de Canarias a través de la percepción del turista sobre la seguridad en Europa, los costos de los viajes y los precios de los servicios turísticos. Sin embargo, es difícil predecir el impacto exacto que tendrá la situación en Ucrania en la industria turística de las Islas Canarias, ya que depende de muchos factores diferentes que dinamizan la industria.

4.6 AGILIZACIÓN DE LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA

En esta situación, el sector turístico debe seguir agilizando y preparando medidas para combatir la pandemia y las futuras consecuencias que ya está teniendo la guerra entre Rusia y Ucrania, esto se traduce en optimizar y extender una sostenibilidad tanto medioambiental como socioeconómica. De esta manera, seguir trabajando en una economía circular, digitalización en nuestros destinos turísticos, entre otras que expondremos más adelante, todo a través de un esfuerzo entre empresas privadas, públicas y trabajadores.

Una de las ideas que ha planteado la Comunidad Europea es el Next Generation EU, un plan de recuperación europeo que tendrá un papel fundamental a la hora de reactivar el sector turístico canario. Básicamente, esta estrategia se centra en construir una Europa con un mayor nivel de sostenibilidad y concienciación, aplicando medidas que tengan como fin la transición energética y la digitalización. Además, se centra en impulsar a niveles más estables los empleos y la circulación de transportes, mediante la circulación libre y levantamiento de restricciones entre fronteras al mismo tiempo que ofrecen seguridad a los pasajeros y personal.

Asimismo, con las recomendaciones de la Comisión Europea, se plantea promover la industria turística de excelencia mediante una serie de criterios de calidad, sostenibilidad y accesibilidad de los destinos, productos y servicios turísticos mediante una estrategia turística global a nivel europeo, pero con aplicación nacional y territorial.

Las Islas Canarias se enfrentan hoy en día a grandes retos en lo que respecta a sus competencias. Garantizarles a los viajeros una experiencia óptima durante su viaje, mantener un nivel competitivo en el mercado y velar por la sostenibilidad ambiental y social de la actividad turística. En definitiva, la solución más factible se encuentra en la adopción de las nuevas tecnologías donde permitan que las islas puedan gestionar el turismo y el territorio.

En lo que respecta a la digitalización, el turista actual es más exigente y espera que cada destino supere sus expectativas, tanto en el entorno natural, social y cultural. Por ello, el turismo en Canarias se enfrentará a un turismo más

automatizado donde el cliente exija aún más valor añadido y personalización. Además, la tecnología no será sólo instrumento de los clientes, sino también será una herramienta tanto para las empresas como para los destinos, ya sea para mejorar el conocimiento de sus consumidores o incluso para la mejora de las experiencias de los usuarios. Por lo tanto, la eficiencia y efectividad de la empresa aumentará y será más rentable.

Por otro lado, la sostenibilidad en Canarias es más importante aún si cabe, ya que cuenta con infinidad de atractivos naturales y culturales, centrados en el clima, la salud, la historia y la calidad de los productos y servicios que le proporciona un liderazgo turístico. A su vez, las islas cuentan con un sector empresarial competitivo donde son capaces de buscar fortalezas en las amenazas, y más hoy en día donde el cliente es muy exigente.

Una de las medidas ya impuestas es el Certificado Verde Digital, el cual tiene que asegurar la máxima movilidad posible entre los principales países emisores y receptores de turismo, evitando cualquier medida unilateral que perjudique al turista en la ida o en la vuelta. En base a este certificado, Canarias/España podría realizar pactos o convenios similares con países fuera del espacio Schengen con el fin de abarcar más mercados emisores y establecerse en esos países para consolidarse como un reclamo turístico en un lugar el cual no es el habitual. Paradójicamente, esto está relacionado con las prácticas sostenibles nombradas antes, ya que el transporte aéreo es lo más adecuado desde el punto de vista de la comodidad pero no desde el punto de vista de la sostenibilidad, siendo este un conflicto a resolver en el futuro inmediato de las islas.

MEDIDAS PARA LA RECUPERACIÓN Y REACTIVACIÓN DEL TURISMO	
MARKETING Y PROMOCIÓN	Incrementar la promoción de las islas como destino seguro y sostenible, tanto para el turismo nacional como internacional. Las herramientas online deberán ser reforzadas optando por ejemplo a nuevas plataformas como el desarrollo del marketing de contenidos y redes sociales.
MEJORA DEL MODELO DE INTEGRACIÓN DE CONOCIMIENTO	Necesario la integración de indicadores, información o datos a tiempo real para la planificación de posibles escenarios sobre todo en las políticas públicas. Actualmente ya existe un modelo que se adapta a estas directrices, se trata del nuevo observatorio de inteligencia turística, esto nos ayudará en el análisis de demanda y oferta turística.
RECUPERACIÓN DE DESTINO DE CONFIANZA	Mediante la incorporación de medidas higiénicas- sanitarias para ofrecer al viajero confianza. Actualmente existen distintas guías de desinfección y limpieza de espacios y distancia social. Todo mediante ya normas propuestas UNE y normas ISO.
MEDIDAS PARA	Basado principalmente en medidas de solvencia empresarial,

REACTIVAR EL TURISMO	medidas de promoción de la demanda de viajes y medidas laborales, donde se centran en formaciones, capacitaciones y mentorías en el sector turístico. Especialmente debe hacerse hincapié a la formación continua, materias y capacitaciones principalmente para mantener la competitividad del mercado.
MEDIDAS PARA LA MEJORA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE LAS ISLAS	Es necesario reforzar algunas medidas, la más destacada la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, principalmente para promover Canarias como un espacio innovador y ligado a las tecnologías para un desarrollo sostenible. De esta manera, mejorará la relación como experiencia de destino en los turistas y mejor calidad de vida en cuanto a los residentes.

Tabla 4. Fuente: Elaboración propia de medidas para la reactivación del turismo

5. EL SECTOR TURÍSTICO EN CANARIAS

5.1 COMO CREAR ESTRATEGIAS DE RESILIENCIA EN CANARIAS

La situación turística durante la COVID-19 fue devastadora, lo cual significó una gran cantidad de cambios en la red empresarial que sostenía el servicio en Canarias. Estos cambios propiciaron una alta incertidumbre en la toma de decisiones de cada empresario, cambió drásticamente la cadena de valor que habitualmente seguían las compañías y, por ende, varias empresas dedicadas al sector de forma directa o indirecta se vieron conducidas a la quiebra absoluta.

Por ello es que empezamos a desarrollar la necesidad de definir la palabra resiliencia, la cual se define como la capacidad de un sistema, en este caso una región, de generar una serie de beneficios mientras experimenta cambios abruptos, todo ello sin perder su esencia con el fin de adaptarse y sobrellevar la situación en un plazo relativamente breve. Por ello, es necesario establecer una serie de objetivos como:

- Incentivar la inversión en economía verde, la eficiencia en energías renovables y formación en el desarrollo social y económico de las islas.
- Invertir en la mejora de los espacios públicos como atractivos turísticos, la gestión entre la producción de residuos y la protección medioambiental de las playas.
- Refuerzo de los servicios públicos en las zonas con mayor afluencia turística (seguridad, sanidad, social).
- Mayor formación y transparencia con la población acerca de la industria turística, y de esta manera crear un turismo más alternativo como el ecoturismo, enoturismo, etc.
- Crear incentivos para el uso de transporte públicos.

- Promover estrategias de marketing online, accesibilidad a herramientas digitales para facilitar las visitas a los turistas.

Todo esto, con el fin de desarrollar nuevas experiencias turísticas más allá del típico perfil “sol y playa” ya que según un estudio informa que son más los perfiles variados que visitan las islas, ejemplo, turismo gastronómico (+17%), turismo de naturaleza (+16%) o turismo de ocio alternativo (+13%). Por eso, es necesario que Canarias diversifique su oferta y, de esta manera, genere un equilibrio de los ingresos gracias al turismo, que en este caso será de mayor valor añadido y que se beneficie de un desarrollo económico y social. A la vez que estos nuevos procedimientos se establecen, otros factores claves que conciernen directamente al turismo se ven acelerados como la sostenibilidad, la digitalización y la innovación.

Esto quiere decir que, aunque la tesitura turística se haya visto al borde del abismo, se ha conseguido una resiliencia muy clave a la hora de plantear un modelo de negocio que esté constantemente fluctuando junto con las tendencias que surjan, conformando uno de los puntos más relevantes que el turismo de Canarias posee.

El foco del tipo de turismo ha ido cambiando durante estos años debido a la explotación del turismo de masas, motivo que ha permitido aumentar el abanico de posibilidades que existen en Canarias. La pausa turística ha permitido implantar nuevos métodos y estrategias que ya habíamos deducido con anterioridad y que se sabe que conformarán gran parte del atractivo del archipiélago a corto y largo plazo, tales aspectos a aprovechar como el turismo activo, el gastronómico, el turismo starlight o el científico. Han salido a flote cientos de posibilidades que hemos de asimilar y aplicar con el fin de seguir ostentando un turismo de calidad como el que nos identifica y que debe estar en constante evolución y alineado con las tendencias turísticas y con las relativas a la responsabilidad social de las empresas, que deben transformar su modelo de negocio a uno más sostenible y eficiente. Por ello, es necesario introducir medidas que fomenten, por ejemplo, la economía circular:

MEDIDAS PARA CONTRIBUIR A LA ECONOMIA CIRCULAR
<p>Mejorar la eficiencia energética mediante colocación de sensores motorizados que optimicen los ahorros energéticos en los puntos con mayor afluencia turística, a su vez, implantar o promover gestiones energéticas mediante la certificación de ISO 50001, mayor tecnología que garanticen mayor eficacia en materia energética.</p>
<p>Implantar plan que mida de manera más eficaz la gestión de residuos, tanto en la recogida y separación de este para su reutilización y reciclaje. Por</p>

ejemplo, la regularización del encendido y apagado de equipos para reducir los consumos innecesarios.
Promover la producción de KM0.
Economía de servicios se puede fomentar la economía de servicios, en la que los productos son alquilados o compartidos en lugar de ser comprados y poseídos, lo que reduce el consumo de recursos y la generación de residuos.
Políticas y regulaciones donde los gobiernos pueden establecer políticas y regulaciones que fomenten la economía circular, como impuestos y subsidios, estándares de diseño sostenible, y programas de incentivos para la reducción de residuos y la recuperación de materiales.
Educación y conciencia es importante educar a la población sobre los beneficios de la economía circular y la importancia de reducir el consumo de recursos y la generación de residuos. Los consumidores pueden desempeñar un papel clave en la transición a la economía circular a través de sus decisiones de compra y sus comportamientos cotidianos.

Tabla 5. Fuente: Elaboración propia Economía circular en Canarias.

En resumen, la transición a la economía circular requiere la colaboración y el compromiso de diferentes actores de la sociedad, así como la implementación de políticas y prácticas sostenibles en toda la cadena de valor de los productos y servicios.

5.2 ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN CANARIAS

La variedad en la estructura de la oferta de las islas es muy variada debido a la gran cantidad de recursos naturales y artificiales que posee, siendo este un aspecto crucial para definirla. Junto a esto, Canarias posee una gran diversidad de atractivos que han sido puestos en valor desde prácticamente el inicio del turismo, permitiendo que el producto sea un bien de alta calidad que se apoya en un robusto y sabio sistema económico. Esta gran diversidad la podemos identificar con la diferencia existente entre las islas, como Tenerife o Lanzarote, las cuales poseen atractivos turísticos muy particulares y diferenciados entre sí.

Aunque esta gran diversidad constituye un gran factor de diferenciación para el archipiélago también añade complejidad ya que requiere una mayor gestión y planificación para ofrecer la mejor experiencia posible para el visitante. Por lo que, es necesario que dicha gestión sea lo más efectiva posible en lo que a adaptarse a la demanda se refiere, ya que por muchos atractivos que haya en

Canarias es imprescindible que se refleje una imagen simple y valiosa de lo que el destino puede llegar a ofrecer a los distintos segmentos de turistas. En general, se pueden distinguir los siguientes tipos de servicios turísticos en las Islas Canarias:

- Alojamiento: La oferta de alojamiento en Canarias es muy variada, desde hoteles de lujo hasta apartamentos turísticos y casas rurales. Las zonas turísticas más populares, como Playa del Inglés o Puerto de la Cruz, cuentan con una amplia selección de hoteles y resorts de diferentes categorías.
- Gastronomía: La gastronomía canaria es muy diversa y rica, con platos típicos como el gofio, el mojo, el sancocho o el escaldón. Los restaurantes o guachinches y los bares de las zonas turísticas ofrecen una amplia selección de platos locales e internacionales, adaptados a los gustos de los visitantes dándole a las islas sin duda, un toque único para el turista.
- Actividades turísticas: Canarias es un destino muy popular para la práctica de actividades turísticas como el senderismo, el ciclismo, el surf, el windsurf, el kitesurf o el submarinismo. Además, hay parques temáticos, acuáticos y de atracciones para toda la familia.
- Servicios de transporte: Canarias cuenta con un aeropuerto internacional en cada una de las islas principales, así como con puertos marítimos y una amplia red de carreteras. Los turistas pueden utilizar servicios de transporte como taxis, autobuses y alquiler de vehículos para desplazarse por las islas.
- Servicios de spa y bienestar: Muchos hoteles y resorts ofrecen servicios de spa y bienestar, como masajes, tratamientos de belleza, saunas y jacuzzis. Además, hay centros de talasoterapia que utilizan los beneficios del agua del mar para tratamientos de salud y belleza.

Obviamente, Canarias siempre ha estado en el pináculo del turismo albergando una posición de liderazgo turístico prolongada a lo largo del tiempo gracias al turismo de sol y playa tradicional, potenciados por el clima y los alojamientos de las islas. No obstante, aunque esto haya permitido que Canarias sea el destino que es actualmente y que sea unas de las principales potencias de este tipo de turismo, las tendencias turísticas han evolucionado y se han de diversificar las distintas ramas del sector para adaptarse lo máximo posible a la demanda y proyectar una imagen de compromiso y calidad en las islas. En relación con esto, el turismo de masas ha dado las herramientas socioeconómicas para desarrollar un know how que va más allá de la

hostelería, el transporte aéreo o las infraestructuras, y que es capaz de retroalimentarse para seguir enriqueciendo la oferta.

Todo esto ha culminado en la oferta turística canaria que hay actualmente, una oferta más diversa que nunca y con propuestas de valor muy innovadoras y, por lo tanto, más competitivas. Es destacable la cooperación pública y privada necesaria para adaptar un sistema tan dinámico y complejo a unas islas ultraperiféricas, cuyos frutos han sido la gran calidad y variedad del servicio en materia de infraestructuras, recursos naturales y cadenas de valor.

5.3 ACCIONES COMPETITIVAS INNOVADORAS EN LA CADENA DE VALOR

Es bien sabido que Canarias posee una gran diversidad de atractivos que son explotados eficazmente en aras de atraer a distintos perfiles de turistas que aglutinan un sistema económico de calidad y que busca constantemente retroalimentarse económica y socialmente para evitar el deterioro de los atractivos y posicionarse como un destino innovador, diversificado y *eco-friendly*.

Canarias ha demostrado su resiliencia a través de la diversificación de su oferta, convirtiéndose en uno de los destinos turísticos que más puede llegar a ofrecer a más gente. Lo podemos observar en las acciones creadas por cabildos o por los propios ayuntamientos en los que se está promocionando más que nunca el ecoturismo, el turismo activo, el gastronómico, el astronómico o el científico. Estas acciones forman parte del gran objetivo canario de seguir siendo un referente en lo que a turismo se refiere, convirtiendo el producto de las islas en algo con mucho valor y autenticidad que dota a la industria turística de un gran atractivo.

Si bien es cierto que se sigue dependiendo del turismo de sol y playa, hay que reconocer que en los últimos años la biodiversidad y la variedad de productos ofrecidos por las islas, junto al desarrollo de infraestructuras y la digitalización, han propiciado la aparición de nuevas clases de turismo que, a su vez, también han podido verse reforzadas debido a la antelación con la que se identificó como un potencial flujo turístico.

Estas nuevas propuestas de valor, tales como: El turismo de negocios, el turismo familiar o el turismo LGBTIQ+ no alcanzan el estatus de liderazgo que tenía el modelo de negocio tradicional de las islas (sol y playa). No obstante, que hayan aparecido nuevas categorías de turismo en las islas es un reflejo de la diversificación y de las corrientes a explotar que existen en el archipiélago. Por ello, las zonas de sobreexplotación turística ven atenuados los efectos de la masificación (gentrificación, turismofobia) y se armoniza la relación del turista, con el residente y con el territorio.

Si bien es cierto que, geográficamente hablando, es mucho mejor que se diversifique la oferta, desde el punto de vista de la gestión es muy complejo y

dinámico, ya que un tipo de turismo puede chocar con otro, propiciando la desaparición o el estancamiento de uno de ellos. Por lo tanto, se debe generar especialización y habilitar destinos que permitan el disfrute de cada tipo de turismo. Aunque, esto siempre es una paradoja debido a la lógica protección de grandes extensiones de tierra de las islas que forman parte de la identidad canaria propiamente dicha y que es muy difícil de dividir o explotar sin impactar directa o indirectamente con los ecosistemas que se encuentren en la zona.

5.4 POSIBLES ACCIONES INNOVADORAS

La primera de las acciones sería la de potenciar los recursos humanos del destino con el propósito de dar paso a la innovación y al desarrollo tanto público como privado que permita incorporar, además, nuevas ideas y planes en base a la sostenibilidad y a la preservación del patrimonio cultural y natural. Otra de las acciones tendrá como objetivo renovar los espacios urbanos y rurales para organizar y planificar más eficientemente el territorio, así como la conversión de ciertos espacios desaprovechados o en desuso en zonas verdes y sostenibles que sirvan como reclamo. La tercera acción consistirá en un mejor tratamiento de los residuos y de las energías renovables, que deberá ser incorporada por las empresas aludidas en lo siguiente:

- **Fomento e inversión del Gobierno a los empresarios que creen empresas de generación de energías renovables** para aprovechar al máximo las características del destino, ya sea mediante la energía eólica, mareomotriz, termodinámica, solar, etc. Con esto, se pretende incentivar un cambio general de mentalidad y que, con unas buenas condiciones, puede ser clave a la hora de ofrecer un producto diferenciado sobre los demás y capaz de perseguir la autosuficiencia en el destino.
- Ya sea en hoteles o en espacios naturales se utilizarán los propios **restos de los árboles y plantas para abonar la tierra**, evitando cualquier tipo de fertilizante y transporte de los desechos hacia otro lugar, reduciendo así el consumo de combustible.
- **Total complementariedad con los Objetivos de Desarrollo Sostenible**, marco por el cual cada agente del destino ha de ser regido, debiendo adaptar sus acciones a dichos fines, así como los certificados de calidad.
- **La transformación digital** de los destinos y de las empresas, tanto aprovechar las nuevas herramientas de realidad virtual y de inteligencia artificial como digitalizar el destino para que se consiga tener una retroalimentación más directa con los clientes. El proceso de transformación es una herramienta clave para perseguir la competitividad, debiendo incorporarlo cuanto antes. En cuanto a la conectividad y transporte, se fomentará el uso de los vehículos de transporte públicos sostenibles y se revisarán las rutas de estos medios para descubrir si es posible incorporar otra sustituta que sea más eficiente.

En cuanto al sector turístico, necesitamos planificar las fases del ciclo de vida del destino con el fin de aprovechar al máximo nuestro posicionamiento en el mercado a través de la innovación, la sostenibilidad y el rejuvenecimiento de los núcleos turísticos que impida el deterioro de este. También se gestionará de forma eficiente la recepción de clientes para evitar la sobreexplotación y posteriores inconvenientes. Dicha gestión será llevada a cabo según el flujo turístico del que proceda y se conformará la oferta a sus gustos y preferencias (diferenciación). Cabe resaltar que el sector debe adaptarse conforme a la evolución en conjunto de la industria, identificando claramente cuáles son las necesidades del consumidor. Un claro ejemplo de por dónde tiene que dirigirse cualquier gestión actualmente es la interiorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a su cadena de valor, así como la responsabilidad social corporativa o la cooperación indispensable entre el sector público y el privado.

La competitividad de un destino debe ser capaz de fidelizar al cliente, que este, a su vez, se lo recomiende a otro potencial cliente y así sucesivamente. Por esto, nuestro mayor reto es incorporar toda esta variedad de cambios a corto plazo. Sin embargo, un modelo de destino o negocio es muy potenciado si sentamos las bases de la innovación y la dinamicidad constante, es necesario que las acciones en pro del desarrollo tecnológico, de la sostenibilidad y de la competitividad se vean envueltas en diversos objetivos con más subobjetivos que puedan realzar la calidad del territorio, ya sea por sus prácticas sostenibles, por su variedad cultural, por su gente o por sus insólitos lugares.

5.5 PAÍSES COMPETIDORES

Existe una fuerte competitividad entre destinos turísticos internacionales o nacionales y las Islas Canarias, haciendo que cada vez sea más difícil implementar atractivos innovadores que sean capaces de aumentar el porcentaje de llegadas que las islas perciben. Esto se ha ido conformando sólidamente en los últimos años debido a la globalización, al cese de hostilidades culturales y políticas en ciertos países (primavera árabe) que ha permitido el establecimiento de un marco normativo ideal o por la propia expansión que ha experimentado el sector turístico.

Aunque el establecimiento de estos países competidores se haya frenado por los efectos de la pandemia, también ha ralentizado los progresos en materia de turismo de las islas. Por esto, se han de considerar los factores más importantes en relación con la competitividad entre destinos más que nunca, con el fin de adaptar y diversificar la oferta no solo en torno a la sostenibilidad y la innovación, sino a los destinos turísticos que potencialmente asemejen su oferta a la de Canarias.

Los factores que forman la capacidad competitiva del destino son:

- Tipo de oferta: Propuestas de valor, ecoturismo, diversificación...
- Distancia del vuelo entre el turista y el destino.

- Precio.
- Estacionalidad.
- Marco jurídico y social.
- Nivel de desarrollo y madurez del destino.

A partir de estos factores se puede agrupar los destinos turísticos que compiten en mayor medida con Canarias.

Uno de estos grupos competitivos son los concernientes al Mediterráneo, ya sea Italia, Francia, Grecia, Turquía, Croacia o incluso la propia vertiente mediterránea de la Península Ibérica. Conociendo la alta estacionalidad que poseen estos destinos, podemos deducir que, en contraparte, la baja estacionalidad de las islas conforma un factor competitivo con respecto a los destinos mencionados, ya que el archipiélago puede ser visitado en cualquier momento del año.

Otro de los grupos son los países africanos como Egipto, Túnez o Marruecos. Estos países experimentan una situación de estabilidad política y social que ha permitido que compitan con Canarias en términos de climatología, oferta, distancia y precio.

Aunque no tan acuciante, la aparición y el desarrollo de los vuelos de larga distancia han abierto el abanico de regiones o destinos con los que Canarias compite. Tales destinos son el Caribe o el sudeste asiático, que compiten en tipología de oferta o climatología, aunque no en el precio.

Por lo tanto, el entorno competitivo de Canarias no deja de volverse más y más complejo, pero se pueden interpretar los datos y las propuestas de valor de los países competidores para que se logre seguir diferenciando a Canarias de los demás, incidiendo en flujos turísticos modernos para adaptar la oferta a las preferencias de cada tipo de turista, mientras que las estrategias sigan la línea de acción que fomente la sostenibilidad.

5.6 DIGITALIZACIÓN Y TRANSICIÓN ENERGÉTICA

Con el objetivo de ser un destino competitivo y atractivo para las nuevas tipologías de turistas es necesario llevar a cabo un plan de transición energética, tanto pública como privada, que permita eliminar la dependencia de energías no renovables en las islas.

El principal objetivo es descarbonizar el sistema energético para incidir en dos de las principales dimensiones de las islas:

- La dimensión económica está desarrollando una serie de cambios en su red empresarial que giran en torno a la autosuficiencia energética y al establecimiento de economías circulares que limiten la contaminación y la sobreexplotación. A su vez, al eliminar la grave dependencia de energías renovables, impulsa la investigación, la instauración y la

utilización de energías renovables que se puedan encontrar en las islas (ya sean las marinas, las eólicas o las geotérmicas).

- La dimensión social se verá beneficiada debido al nuevo surgimiento de empleos verdes, a la vez que nuevas asociaciones o comunidades energéticas aparecerán en la red de las islas.

Estructura general del PTECan

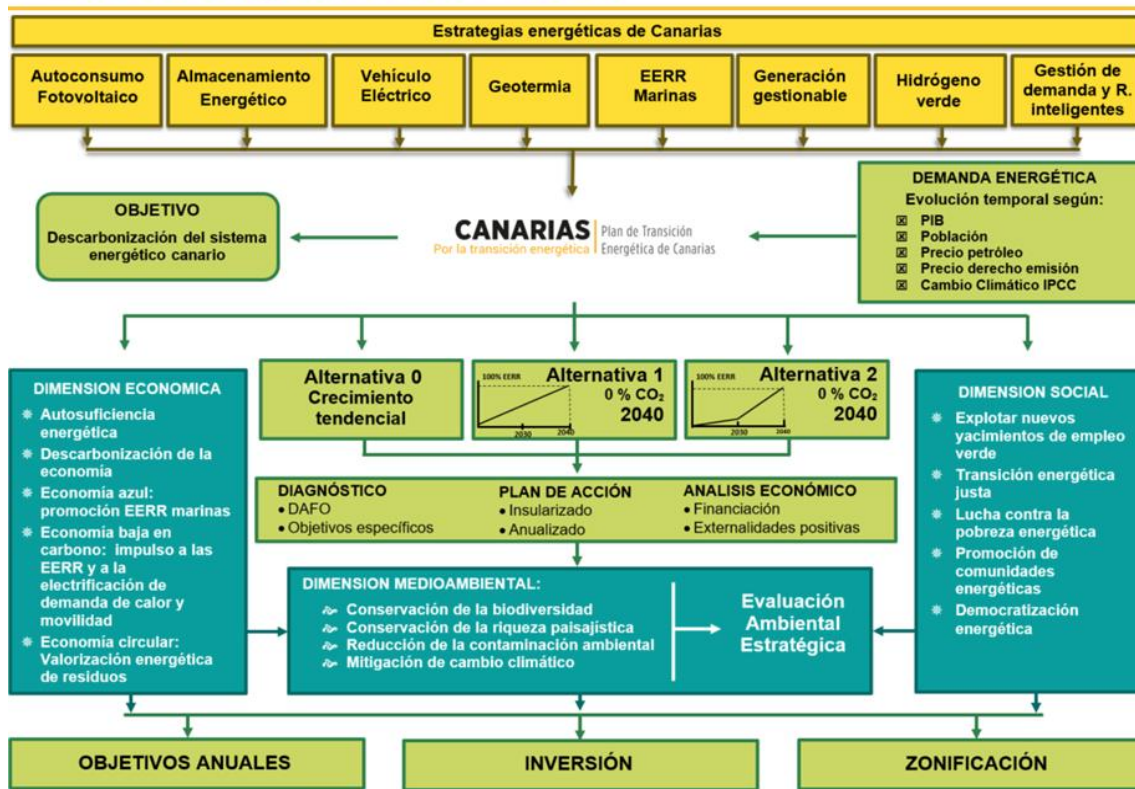


Figura 4. Fuente: Gobierno de Canarias. Estructura General del PTECan.

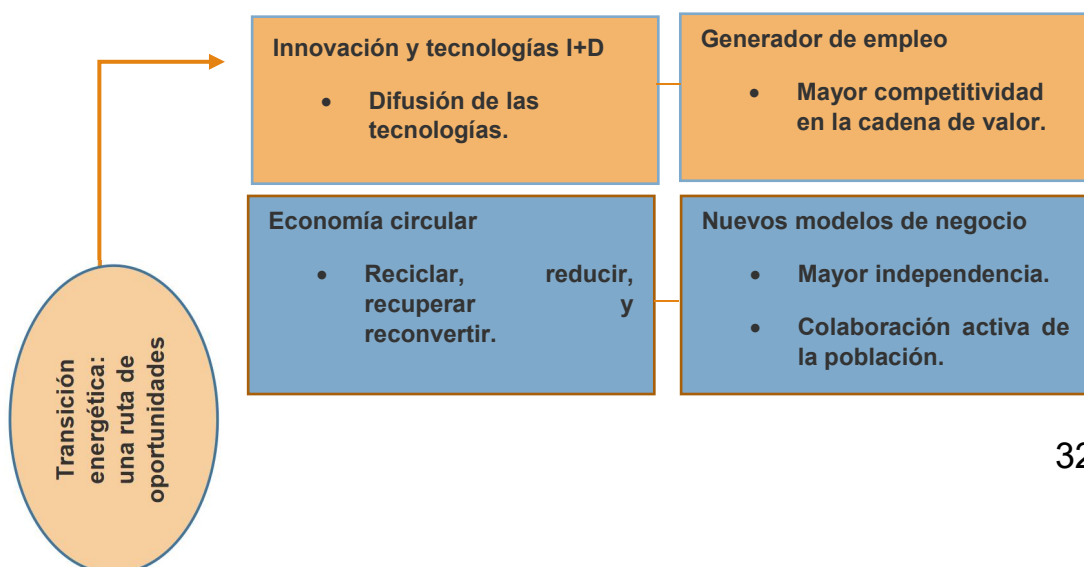
La transición energética sugiere una amplia variedad de beneficios a corto y largo plazo, sin embargo, el estudio y la construcción de nuevas estaciones energéticas requiere cierto período de tiempo para establecerse y desarrollarse de forma que cumpla con los requisitos necesarios para la población en general. Actualmente se está barajando el cómo agilizar el desarrollo de estas energías, incidiendo la mayoría de ellas en la importancia de la evolución tecnológica y la fuerte inversión necesaria para continuar con los objetivos energéticos, donde lo primordial sería disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero.

Algunas de las tecnologías que se podrían utilizar para facilitar dicha transición sería:

- **Energía solar:** La energía solar es una de las fuentes de energía renovable más populares y eficientes. La instalación de paneles solares

en edificios, hogares y otras estructuras permite capturar la energía del sol y convertirla en electricidad.

- **Energía eólica:** Los molinos de viento pueden utilizarse para generar electricidad a partir de la energía cinética del viento. Los parques eólicos son una forma popular de aprovechar esta tecnología. Actualmente las islas más pioneras en esta energía son Gran Canaria y Fuerteventura.
- **Energía hidráulica:** Los sistemas de energía hidráulica, como las centrales hidroeléctricas, utilizan la energía del agua para generar electricidad. Estas tecnologías pueden ser muy efectivas en regiones con grandes ríos o cascadas. En nuestro caso, este tipo de energía debería ser explotada con mayor rango, ya que sólo hay dos centrales minihidráulicas que se encuentran en Tenerife y La Palma, generando sólo 1.263Kw de potencia.
- **Energía geotérmica:** La energía geotérmica utiliza el calor del subsuelo para generar electricidad. Se puede utilizar en lugares donde hay acceso a agua caliente subterránea o donde hay actividad volcánica. En el caso de Canarias, se encuentran distribuidas por Gran Canaria, Tenerife y Lanzarote, sin embargo, solo cuentan con cuarenta y cinco instalaciones en establecimientos turísticos, por lo que debería expandirse aún más.
- **Baterías de almacenamiento:** Las baterías de almacenamiento permiten almacenar la energía generada por fuentes renovables, como la solar y la eólica, para su uso posterior. Las baterías pueden ayudar a superar la intermitencia de estas fuentes de energía. Esta tecnología podría contribuir aproximadamente entre el 30-40% de rentabilidad.
- **Redes inteligentes:** Las redes inteligentes permiten gestionar la producción y distribución de energía de manera más eficiente y sostenible. Estas redes pueden utilizar tecnología de Internet de las cosas y análisis de datos para optimizar el uso de la energía, y a su vez pueden regular los excedentes energéticos renovables
- **Vehículos eléctricos:** Los vehículos eléctricos funcionan con baterías recargables en lugar de combustibles fósiles. El aumento en la adopción de vehículos eléctricos puede reducir la dependencia del petróleo y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.



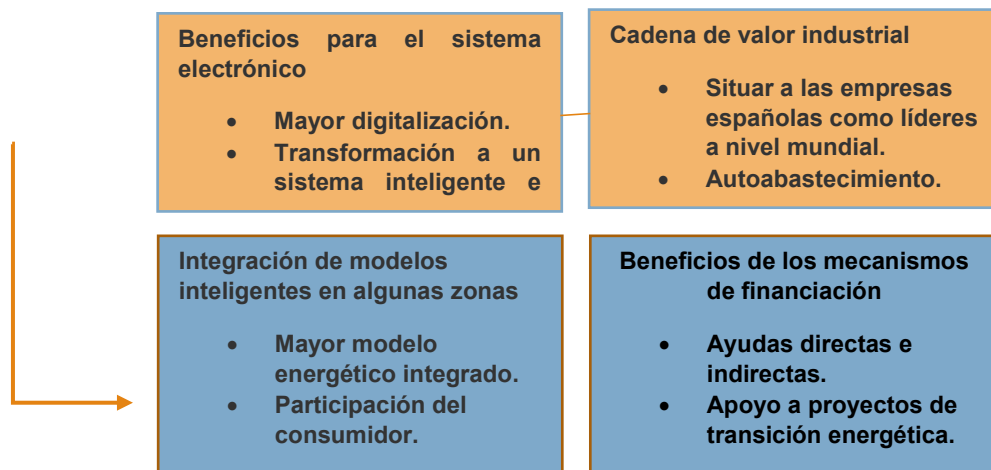


Figura 5. Fuente: Elaboración propia. Oportunidades de la transición energética.

De forma conjunta a lo anterior, la transición energética debe ser escalonada y retroalimentada con tecnologías no contaminantes para desarrollar simultáneamente sinergias entre ambas, ya que es un binomio ciertamente compatible.

En los últimos años se ha potenciado el uso de las centrales de bombeos en ciertas islas con el relieve y la altura necesaria, aunque no es rentable en islas como Lanzarote y Fuerteventura debido a sus características. Por ello es prácticamente obligatorio seguir investigando la energía geotérmica debido a su rentable y potencial aprovechamiento, con la combinación de estas tecnologías y otras puede ayudar a lograr una economía energética más sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

Cabe destacar la importancia de la central de ciclo combinado de Gran Canaria, la cual es una instalación de generación de energía eléctrica que utiliza una eficiente forma de generar electricidad combinando dos procesos: la generación de energía eléctrica en una turbina de gas y la recuperación del calor residual para producir vapor y energía adicional en una turbina de vapor. Esto permite aprovechar de forma más eficiente los combustibles utilizados y, además, reduce las emisiones de gases de efecto invernadero. No obstante, la gestión y la creación de este tipo de infraestructuras debe ser analizado exhaustivamente con el fin de que no genere perjuicios superiores a los beneficios, ya que la construcción de este tipo de infraestructuras puede suponer un enorme impacto medioambiental y visual en el territorio.

En relación con lo anterior, se deben sopesar bien las propuestas, porque en el caso de la central de Gran Canaria, probablemente, la mejor elección hubiera sido proteger la zona y no sobreexplotarla, ya que puede generar inconvenientes no deseados que anulen los principales beneficios de las centrales de este tipo, haciendo el doble de daño al territorio.

6. CONCLUSIONES

El inicio y la desescalada de la pandemia, nos ha permitido analizar nuestra estrategia turística, estudiarla y pulirla. A través de la crisis sanitaria, Canarias se ha posicionado en una situación estable en cuanto a destino turístico se refiere, dando así un mayor valor a la resiliencia de las islas.

A modo de resumen, comenzamos las conclusiones con un análisis DAFO:

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayor capacidad de control de seguridad de salud y buena imagen como destino seguro sanitariamente, sobre todo en aeropuertos o puertos. • Mayor capacidad de oferta como destino turístico principal a nivel mundial. • Riqueza en biodiversidad. • Protección de los espacios naturales. • Buen clima, ya que cuentan con microclimas. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preocupación por el desarrollo sostenible. • Aumento de las buenas prácticas que se llevan a cabo en empresas e instituciones. • Introducción de las tecnologías para ofrecer una mejor imagen e incrementando el valor de los servicios. • Cambio o mejora del modelo turístico.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayor segmentación en turismo sol y playa. • Mucha dependencia del turismo. • Poca explotación a los productos KM0. • Poca visibilidad de la cultura canaria. • Alta dependencia de aerolíneas internacionales. • Desequilibrio en los empleos y las personas locales. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Favorecimiento de la economía externa, por ejemplo, mediante el uso de AIRBNB. • Falta de poder adquisitivo por parte de la población, para poder llevar una vida igual o mejor que los turistas. • Aumento de las plazas de alojamientos o billetes de viajes, a causa de la guerra bélica. • Cambio climático.

Tabla 6. Fuente: Elaboración propia. Análisis DAFO de las Islas Canarias.

El análisis nos indica claramente que las islas tienen que cambiar su nicho de mercado, y ampliar esa visión que se tiene de “sol y playa” y centrarla más en turismo cultural, natural o rural, destacando por ejemplo su gastronomía, sus espacios protegidos y rutas de senderos. En pocas palabras, es necesario seguir analizando el modelo turístico que estamos ofreciendo y adaptarlo a nuestros objetivos de ser pioneros e innovadores.

Por un lado es necesario que en los planes de investigación y desarrollo se pueda medir el impacto de cada una de nuestras acciones, evitando crear una paradoja que se extrapole a la problemática de la industria automovilística. Dicha industria trata de realizar una transición energética desde los coches de combustibles fósiles a los coches eléctricos, lo cual parece que es lo más eficiente y conveniente a priori, pero la extracción y manufacturación del litio que se usa en las baterías de los coches puede llegar a ser más contaminante que el propio uso de energías no renovables.

Por otro lado, para que Canarias logre en mayor parte una transformación sostenible, es necesario la implantación de la digitalización, ya que esto podrá ayudar a la hora de definir mejor un perfil turístico, promocionar mejor los servicios turísticos que ofrecen y proporcionar una imagen actualizada de los destinos.

Las islas deben seguir ofreciendo a los turistas un amplio abanico de actividades, generando a su vez una mayor interacción del segmento turístico con el propio destino. Así se podrá superar las expectativas de cada visitante y que se identifique a las islas no solo como un destino de buen clima.

Asimismo, las Islas Canarias han demostrado poseer una gran resiliencia a lo largo de los últimos años, recuperándose de los impactos y adaptándose a cualquier factor dinámico que afecte al turismo. Algunos de los pilares fundamentales para entender la resiliencia del sector son los siguientes:

- La especialización del sector en varios tipos de turista, tanto por su nacionalidad como por su tipología, ha permitido una fluctuación constante de visitantes que ha estabilizado el mercado.
- La baja estacionalidad de las islas que permite viajar a las mismas en cualquier momento del año.
- Atractivos naturales y culturales variados que albergan las islas: paisajes, flora, fauna, cultura y tradiciones.
- Apoyo estratégico y creación de planes alineados con la sostenibilidad y las tendencias más importantes de la actualidad (cooperación público-privada).
- Calidad de las infraestructuras turísticas y fomento de servicios que conformen una oferta competitiva.

Canarias ha reorganizado muchos de sus sectores que serán importantes para los nuevos perfiles turísticos que se identifiquen, entre ellos: la seguridad y flexibilidad permitirá que las islas lleguen a cumplir esas necesidades de los turistas con mayor exigencia. Entre la implicación de los residentes y los turistas que visiten las islas, se logrará una mejor visión para un futuro turístico más tecnológico y sostenible.

Hay varias medidas que se pueden implementar para mejorar el turismo en Canarias y al mismo tiempo evitar perjudicar a la población local:

1. **Fomentar el turismo sostenible:** Esto incluye promover actividades turísticas que tengan en cuenta el impacto ambiental y cultural y que generen una economía justa y equitativa para la población local.
2. **Apoyar a los pequeños negocios locales:** Esto puede hacerse a través de iniciativas que fomenten el consumo de productos y servicios locales y que promuevan la economía circular.
3. **Desarrollar una planificación turística adecuada:** Es importante que se desarrollen políticas y estrategias que tengan en cuenta el impacto turístico y que busquen un equilibrio entre el desarrollo turístico y la protección de la población local y el medio ambiente.
4. **Promover la formación y capacitación de la población local:** Es importante que la población local tenga las herramientas y conocimientos necesarios para participar activamente en el desarrollo turístico y aprovechar al máximo sus oportunidades.
5. **Fomentar la colaboración entre el sector turístico y la población local:** Es importante que se fomente un diálogo y una colaboración activa entre el sector turístico y la población local para garantizar un desarrollo sostenible y holístico.

Es importante abordar este tema de manera integral y que se involucre a todas las partes interesadas para garantizar un desarrollo turístico sostenible y responsable. El turismo sostenible también se centra en la mejora de las bases del ámbito laboral, donde sea estable y de calidad. Por lo tanto, a través de la pandemia, la precariedad laboral aumentó en algunos niveles, sin embargo, las mejoras de condiciones laborales mediante nuevas regularizaciones permitirán que se desarrolle un servicio con grandes niveles de excelencia.

7. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

1.- Exeltur (2022, enero). *Impacto de la COVID-19 sobre las ventas de las empresas turísticas españolas*.

[Exceltur | Impacto del Covid sobre las ventas de las empresas turísticas españolas en 2021.](#)

2.- Gobierno de España. (2020, junio). *Hacia un turismo seguro y sostenible*. [20062020_PlanTurismo.pdf \(lamoncloa.gob.es\)](#)

3.- Exeltur (2022, junio) *Perspectivas turísticas y perspectivas empresariales*.

[Exceltur publica su informe de perspectivas turísticas y las valoraciones empresariales del primer trimestre de 2022 \(destinosinteligentes.es\)](#)

4.- Hosteltur (2022, mayo) *Recuperación del PIB turístico 2019*

[El Gobierno espera recuperar este año el 80% del PIB turístico de 2019 | Economía \(hosteltur.com\)](#)

5.- (2022, marzo) *Indicadores turísticos de Canarias*

[Indicadores turísticos de Tenerife | Investigación turística de Turismo de Tenerife \(webtenerife.com\).](#)

6.- *Indicadores de empleo* (2022, abril)

[Empleo | Investigación turística de Turismo de Tenerife \(webtenerife.com\).](#)

7.- Statista (2022, abril) *Factores más importantes que influyeron en la elección de Canarias como destino turístico en 2020.*

[Factores de los turistas para elegir Canarias en 2020 | Statista](#)

8.- Periódico El País (2022, abril) *Noticia de recuperación económica de islas canarias tras pandemia.*

[La lenta recuperación económica que espera a las islas tras la pandemia | Compañías | Cinco Días \(elpais.com\)](#)

9.- Periódico El Independiente (2022, marzo) *Tendencias turísticas*

[Más sostenible y más cercano: un viaje hacia el turismo post-covid \(elindependiente.com\)](#)

10.- Periódico Cadena Ser (2022, mayo) *Canarias, líder turístico en post-pandemia.*

[Canarias, líder turístico en post-pandemia | Opinión | Cadena SER.](#)

11.- Gobierno de Canarias (2022, marzo) *Impacto económico COVID-19.*

[Impacto económico COVID-19 \(gobiernodecanarias.org\).](#)

12.- AECIT (2022, abril) *Turismo post-COVID19*

[BOCETAJE \(aecit.org\).](#)

13.- Hosteltur (2022, enero) *¿Cuáles son las principales tendencias turísticas que asoman para 2022?*

https://www.hosteltur.com/149329_cuales-son-las-principales-tendencias-turisticas-que-asoman-para-2022.html

14.- Web, A. (2021, marzo). *“Nueva Estrategia de Turismo de Canarias”, un nuevo plan para el turismo post-COVID. Futurismo Canarias.*

<https://futurismocanarias.com/nueva-estrategia-de-turismo-de-canarias-un-nuevo-plan-para-el-turismo-post-covid/>

15.- Comisión Europea. (2021, marzo). *Estudio sobre el impacto de la pandemia del COVID-19 en regiones ultraperiféricas.*

https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/policy/themes/outermost-regions/pdf/covid19_or_canary_islands_es.pdf

16.- Turismo de Islas Canarias. (2022, enero). *Plan de Marketing Estratégico.*
https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/plan_de_marketing_estrategico_2018-2022_0.pdf

17.- Hosteltur. (2022, marzo). *Canarias, el destino más vulnerable ante la guerra en Ucrania.* [Canarias, el destino de España más vulnerable ante la guerra en Ucrania | Economía \(hosteltur.com\)](#)

18.- Agent Travel. (2022, marzo). *Ashotel confía en que la crisis de Ucrania no afecte al turismo ruso hacia Canarias.*

[Agenttravel.es - Noticias para el profesional del turismo - Ashotel confía en que la crisis de Ucrania no afecte al turismo ruso hacia Canarias](#)

19.- Naciones Unidas. (2022, agosto). *La COVID-19 y la transformación del turismo.* [policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf \(un.org\)](#)

20.- Instituto Nacional de Estadística. (2022, julio). *Llegada de turistas a Canarias.* <https://www.epdata.es/datos/turistas-internacionales-comunidad-autonoma/68/canarias/293>

21.- Dirección General de Energía. (s.f). *Plan de Transición Energética de Canarias.* [Gobierno de Canarias
https://www3.gobiernodecanarias.org/ceic/energia/oecan/files/PTECan/9_Presentacion_PTECan_EdicionV2.pdf](https://www3.gobiernodecanarias.org/ceic/energia/oecan/files/PTECan/9_Presentacion_PTECan_EdicionV2.pdf)

22.- Instituto Canario de Estadísticas (2023, Febrero) *Diciembre cierra con 1.448.890 turistas*

<http://www.gobiernodecanarias.org/istac/.content/noticias/estadistica-movimientos-turisticos-fronteras-canarias-frontur-noticia-2022-diciembre.html>

23.- Instituto Canario de Estadísticas (2023, febrero) *El PIB interanual creció en Canarias un 4,7% frente al 2,7% registrado por el conjunto de España*

http://www.gobiernodecanarias.org/istac/descargas/notas-de-prensa/C00046A_N_0026_2022Q4.pdf

24.- Gobierno de Canarias (2023, febrero) *Estrategia compartida de transformación del modelo turístico canario “El turismo que queremos”*
https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/present_planestrategico2026.pdf

25.- Gobierno de Canarias (2023, febrero) *Indicadores de Desarrollo Sostenible de Canarias* <https://www3.gobiernodecanarias.org/aplicaciones/appsistac/ods/>

26.- Plan de recuperación, Transformación y Resiliencia (2023, febrero) *Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico* https://turismo.gob.es/es-es/estrategia/06_doc_CORTO_pmcst_abril_2022.pdf