

PRESENTACIÓN DE LA NUEVA ESTRATEGIA DE TURISMO DE CANARIAS

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

Si bien **a corto plazo** la reactivación de la actividad turística pasa por la recuperación progresiva del volumen de negocio propio del periodo precovid, **a medio y largo plazo** la competitividad de Canarias como destino turístico no puede continuar dependiendo únicamente del crecimiento constante, en número de plazas alojativas y en vuelos con destino a las Islas.

La “nueva competitividad” exigirá una sólida capacidad de adaptación a los cambios del nuevo ciclo turístico que se inicia.

1. El punto de partida

En 2020, la grave pandemia provocada por el covid-19 ha afectado profundamente a la actividad turística canaria, llevando al límite la capacidad de resistencia de sus empresas y de su capital humano e, incluso, de su propio modelo productivo. Un contexto al que nunca se había visto obligado a enfrentarse, en su historia más reciente.

Tras unos exitosos años de crecimiento prácticamente continuado, no exentos de desafíos y escenarios de tensión, el turismo canario se enfrentó, aún lo hace, a una crisis global sin precedentes, que ha puesto a prueba muchísimas certezas y planes de futuro.

Y todavía están por definirse las consecuencias, a medio y largo plazo, del impacto de este escenario de práctico “cero turístico” en toda su cadena de valor.

Lo cierto es que sucedió lo inesperado. Lo imprevisto. Incluso, lo imposible: el cierre total de toda actividad turística, ocurrida en marzo de 2020. Desde entonces, Turismo de Canarias, ante el imperativo económico y social de la necesaria reactivación del sector, ha gestionado **una estrategia orientada a la priorización de la seguridad sanitaria en toda la cadena de valor turística de las Islas.**

Desde la estrategia articulada en torno al proyecto “Canarias Fortaleza”, se trabajó y se trabaja en dar respuesta urgente a una crisis que, lamentablemente, todavía se prolonga.

Pero, si levantamos la mirada y la desviamos de lo más urgente, sin desvalorizar por ello su importancia y su precedencia, podemos anticipar algunos de los importantes retos que el turismo poscovid dibujará en los próximos años. Retos derivados de cambios significativos que ya venían vislumbrándose en el pasado y que la pandemia ha acelerado en gran medida. O que, incluso, esta ha revelado de manera directa.

De cómo seamos capaces de afrontar estos retos y evolucionar nuestro actual modelo turístico dependerá, sin duda, su futuro.

Y, frente a lo imposible, no sirven las hojas de ruta del pasado. Necesitamos un nuevo camino para un nuevo tiempo turístico que nos acerque al turismo que queremos. **Un replanteamiento transformador que, acrecentando nuestras fortalezas actuales, aquellas que nos han llevado al liderazgo internacional y al éxito indiscutible, nos permita explotar con inteligencia y eficiencia las nuevas oportunidades que se presentan y, además, eludir las posibles amenazas.**

No necesitamos una revolución, sino una nueva estrategia compartida por los agentes económicos implicados y la ciudadanía para la transformación del modelo turístico canario.

2. Razones para la transformación

El turismo regresará.

En toda Europa, millones de personas volverán a disfrutar de sus vacaciones en sus destinos favoritos, una vez controlada la pandemia. Viajar, conocer nuevos lugares y desconectar del día a día, seguirán formando parte de las necesidades de quienes vivimos en la sociedad contemporánea.

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

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

La competitividad futura del turismo canario dependerá de su capacidad de adaptación a los cambios que definirán el turismo que viene, que podemos englobar en tres grupos diferenciados, pero a su vez interconectados:

- 1) Cambios en los hábitos de comportamiento de los turistas,**
que buscan experiencias más auténticas y diferenciadoras que, justifiquen su decisión de viaje mientras crece su preocupación por el impacto medioambiental de los mismos.
- 2) Cambios en el modelo de negocio turístico global,**
con la transformación digital como principal factor desencadenante y la aparición de nuevos segmentos y nichos de mercado, derivados de esta y del resto de avances científicos y tecnológicos.
- 3) Cambios en la consideración del impacto del turismo en el territorio,**
la economía y la sociedad que lo desarrolla, que exige una mayor generación de valor, en términos de retorno y respeto a su identidad y su equilibrio medioambiental. En definitiva, que requiere una más amplia soberanía sobre el destino.

Frente a este escenario de nuevo ciclo, **Canarias Destino** es el instrumento estratégico de transformación que Turismo de Canarias pone a disposición del sector, del resto de sectores productivos de las Islas, de sus distintas Administraciones e instituciones y de la ciudadanía, ante el reto imperativo de mantener la competitividad de su modelo turístico. Y también, ante la oportunidad histórica de acercarnos al turismo que queremos hoy para mañana.

3. Qué queremos conseguir

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

Objetivo 1:

La mejora de su resiliencia

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

Objetivo 2:

El incremento de su compromiso con la neutralidad climática

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

Objetivo 3:

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

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

4. ¿Cómo lo haremos?

La estrategia Canarias Destino se organiza en torno a ocho ejes transversales de actuación.

Eje 1:

El liderazgo digital

La digital no es solo una tecnología para la mejora de procesos y potenciación de la promoción. Con un potencial de aceleración de la obsolescencia más que acreditado, la digitalización es el elemento clave para la transformación de nuestro modelo turístico. Solo desde una perspectiva compartida de liderazgo digital a nivel global es posible desarrollar esa transformación y garantizar la competitividad futura de Canarias.

Eje 2:

La conexión directa con el visitante

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

Eje 3:

La gestión del conocimiento

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

Eje 4:

La innovación y la creatividad

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

Eje 5:

La extensión y cohesión de la cadena de valor

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

Eje 6:

El aprendizaje y la iteración constante

No tenemos todas las respuestas. Nadie las tiene. Frente a esta situación de alta incertidumbre debemos asumir un escenario de cambio constante y potenciar nuestras capacidades de adaptación a partir de la anticipación de tendencias internacionales, la formación de nuestros profesionales en competencias y habilidades de gestión del cambio y la flexibilización de todos nuestros procesos.

Eje 7:

El empoderamiento del destino

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

Eje 8:

La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada

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