



PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO 2025-2027

| Actualización 2026 · Resumen ejecutivo

01. VISIÓN

La Visión Estratégica 2027 de las Islas Canarias permitirá responder a las demandas actuales y respetar el compromiso a largo plazo con la sostenibilidad medioambiental, el valor a la ciudadanía y la competitividad del sector.



Análisis del punto de partida

La actualización del Plan Estratégico responde a la necesidad de revisar un modelo turístico que se enfrenta a un nuevo contexto con nuevos retos externos e internos.

Año 2024. Elaboración del Plan Estratégico Destino 2025-2027

Se definen las bases estratégicas del modelo turístico del destino, estableciendo los principales objetivos y líneas de actuación para el periodo 2025-2027.

Año 2025. Revisión continua del diagnóstico y del plan de acción

Necesidad de revisión continua del diagnóstico y del plan de acción ante un contexto muy cambiante marcado por nuevos retos geopolíticos, tecnológicos, climáticos y regulatorios que afectan al modelo turístico.

Año 2026. Actualización del Plan Estratégico Destino 2025-2027

Se actualiza el diagnóstico a partir de los datos más recientes, permitiendo ajustar, priorizar y reforzar el enfoque estratégico del plan.



Cambios geopolíticos

Transformaciones geopolíticas y económicas globales que incrementan la incertidumbre y afectan a los flujos turísticos internacionales.

Objetivos climáticos

La política climática europea, mantiene objetivos ambiciosos de descarbonización con cierta flexibilización temporal en su implementación.

Inteligencia Artificial

La rápida irrupción de la Inteligencia Artificial, que modifica transversalmente la forma de promocionar, comercializar y gestionar el turismo.

Ley Uso Turístico de Viviendas

En el ámbito interno, la nueva Ley de Ordenación Sostenible del Uso Turístico de Viviendas, orientada a ordenar la vivienda vacacional y sus impactos sobre la ciudadanía.



Reflexiones estratégicas

Más allá del contexto reciente, la definición de la Visión 2027 parte de una serie de factores y reflexiones clave que condicionan el desarrollo de la estrategia.

1

El liderazgo turístico de Islas Canarias en el contexto europeo trae consigo una nueva realidad turística y social y nuevos retos que abordar.

En un escenario global de transformación del turismo, Canarias mantiene una posición destacada como destino, avalada por indicadores sólidos como el incremento del gasto medio diario, el crecimiento sostenido de la demanda, la desestacionalización y las altas cifras de ocupación y facturación.

Sin embargo, este contexto también revela numerosos desafíos, derivados principalmente de un crecimiento histórico continuado de la actividad turística, que deben abordarse con visión estratégica.

2

La gestión turística en destino tiene como fin el bienestar de la ciudadanía, primando este bienestar a cualquier otro indicador.

Cuando hablamos de ciudadanía hablamos de empleo de calidad, vivienda, renta disponible, sostenibilidad medioambiental e infraestructuras, cuestiones que en muchos casos trascienden al ámbito estrictamente turístico.

Por ello, es necesario establecer una mayor colaboración entre las entidades públicas y privadas, buscando sinergias que permitan encontrar soluciones integrales para problemáticas comunes.

Esta colaboración será un elemento vertebrador de la estrategia, abordando retos transversales desde la cogobernanza y el coliderazgo de proyectos.

3

El turismo debe impulsar la conservación y la regeneración de los ecosistemas de las Islas Canarias que hayan recibido el impacto del turismo

Más allá de los iniciados caminos de conservación y reducción de emisiones, debemos apostar por que el turismo sea un agente activo en la regeneración de espacios naturales de nuestro territorio.

El turismo, de nuevo con el resto de los agentes, mediante un plan de acción climática conjunto debe incentivar las acciones directas, aportar los recursos económicos directos o indirectos, impulsar proyectos de turismo regenerativo y apoyar acciones concretas de regeneración de ecosistemas que hayan recibido el impacto de la actividad turística.

4

El éxito turístico exige llevar a cabo iniciativas que permitirán una mejor gestión del flujo y experiencia de los visitantes en las islas.

Debemos asegurarnos de que la actividad de Turismo de Islas Canarias siga proporcionando, o colabore a proporcionar, el tipo de turista que queremos en el destino.

Este contexto de éxito turístico nos empuja a realizar actuaciones y/o colaborar con iniciativas que permitan una mejor gestión de los turistas una vez en el destino con el objetivo de tener una visión integral de la experiencia del turista desde el origen hasta el propio viaje y su regreso a casa.

Pudiendo, de este modo, ofrecer una mejor estancia a los visitantes y causar menos inconvenientes a la ciudadanía.

5

La estrategia ampliará el radio de acción de Turismo de Islas Canarias para aportar nuevos servicios de valor añadido al destino y al sector.

Turismo de Islas Canarias debe ir más allá y ampliar su radio de acción, sumando a su trabajo de comunicación, promoción y difusión el desarrollo de actividades de formación, apoyo a la gestión en destino, impulso de la creación de producto turístico experiencial e impulso a la creación de herramientas y servicios digitales que permitan abordar los retos del destino contribuyendo, de este modo, a la consecución de los objetivos colectivos planteados.

Visión 2027 Islas Canarias

La Visión 2027 establece el marco para avanzar hacia un modelo que genere valor para la ciudadanía, preserve el entorno y refuerce la competitividad del destino.

La Visión Estratégica 2027 de las Islas Canarias debe estar basada en tres pilares clave:

(1) Una gestión de la experiencia de visitantes que aporte valor al global de la ciudadanía.

Esto implica no solo la atracción de visitantes de calidad que respeten y valoren el destino, sino también la creación de condiciones que eviten la saturación y mejoren la calidad de vida de los residentes.

(2) Una reducción de los impactos negativos del turismo en el medioambiente y una regeneración en los impactos ya producidos.

Este pilar conlleva un compromiso para minimizar el impacto medioambiental del turismo y la huella de carbono del sector, y garantizando una experiencia auténtica, única y de calidad para los visitantes y un futuro sostenible para la región y su ciudadanía.

(3) Una mejora del impacto económico del turismo en el territorio.

Es necesario garantizar que los beneficios económicos permanezcan en el territorio y se redistribuyan adecuadamente, contribuyendo a fortalecer las cadenas de valor locales y a mejorar la calidad de vida de los residentes. El crecimiento económico deberá ir de la mano de la sostenibilidad.



A continuación, se define la **visión 2027 de las Islas Canarias como destino turístico**, a partir de los pilares descritos anteriormente.

El turismo en las Islas Canarias mejorará la vida de la ciudadanía, incrementando el impacto en su bienestar, poniendo foco en la acción climática como motor del crecimiento económico.

La **Visión Estratégica 2027 de las Islas Canarias** permite responder a las demandas actuales y respetar el compromiso a largo plazo con la sostenibilidad medioambiental, el valor a la ciudadanía y la competitividad del sector.

02. DIAGNÓSTICO

El diagnóstico permite identificar los aspectos clave a favor y en contra de la visión mediante el análisis de fuentes primarias y secundarias, estudios de casos de éxito, entrevistas y procesos participativos



Metodología

El diagnóstico se ha estructurado en cinco ámbitos de análisis para obtener una lectura amplia, global y transversal de la realidad interna y externa del destino

Análisis Interno

Análisis Externo

01. Impacto del Turismo en las Islas Canarias

02. Turismo y Ciudadanía

03. Análisis de la demanda turística de las Islas Canarias

04. Diagnóstico de la oferta turística de las Islas Canarias

05. Análisis de Tendencias

Impactos del turismo a nivel global

Impactos del turismo en las Islas Canarias

Impacto del turismo en la creación de empleo

Impacto del turismo en el bienestar de la ciudadanía

Impacto del turismo en las emisiones de CO2

Competitividad regional de Islas Canarias

Valoración de la actividad turística en las Islas Canarias

Percepción de los impactos económicos

Percepción de los impactos sociales

Percepción de los impactos culturales

Percepción de los impactos medioambientales

Opinión sobre la vivienda vacacional y sus impactos en Canarias

Evolución del número de visitantes

Mercados principales

Estacionalidad

Concentración territorial de la demanda

Comportamiento del visitante en destino, satisfacción y fidelidad de la demanda

Compromiso del visitante con la sostenibilidad

Recursos turísticos y atributos percibidos por los viajeros

Oferta de Alojamiento

Impacto del crecimiento de la vivienda vacacional en el modelo de concentración territorial de la oferta alojativa

Oferta de actividades y experiencias

Grado de premiumización de la oferta

Grado de digitalización del sector

Tendencias del comportamiento del consumidor

Digitalización, innovación y nuevas tecnologías

Tendencias en sostenibilidad turística

Aspectos clave a abordar

El análisis estratégico ha permitido identificar una serie de aspectos clave que la estrategia turística deberá abordar (1/3)

01. Impacto del Turismo en las Islas Canarias**Dependencia estructural del turismo y vulnerabilidad a shocks externos y mercados emisores**

- El turismo constituye el principal motor económico de las Islas Canarias, representando más de un tercio del PIB y del empleo y contribuyendo a financiar servicios esenciales como educación y sanidad.
- La centralidad económica del turismo implica también vulnerabilidad, derivada de la dependencia del sector, la concentración en pocos mercados emisores y la exposición a presiones macroeconómicas globales, lo que sitúa al archipiélago en una posición sensible frente a cambios externos.

**02. Turismo y Ciudadanía****Apoyo social condicionado y brecha entre datos positivos y percepción de precariedad (especialmente juvenil)**

- La población canaria muestra una valoración general positiva hacia el turismo, pero con un apoyo cada vez más condicionado a la capacidad de gestionar impactos.
- Existen claras diferencias territoriales y una brecha generacional en la visión del turismo: los residentes en islas con mayor presión y los jóvenes tienden a ser más críticos, mientras que las islas con menor madurez turística perciben la actividad como una oportunidad de desarrollo.
- Aunque la mayoría de la población quiere que el turismo siga siendo un motor económico, reclama medidas para controlar sus externalidades y redistribuir mejor los beneficios.

Aspectos clave a abordar

El análisis estratégico ha permitido identificar una serie de aspectos clave que la estrategia turística deberá abordar (2/3)



03. Demanda Turística Islas Canarias

Recuperación post-pandemia, récord de resultados y liderazgo competitivo internacional

- Tras la pandemia, el destino ha experimentado una recuperación excepcional, alcanzando cifras récord de gasto en 2024 y consolidándose entre las primeras regiones europeas en pernoctaciones, apoyado en una demanda internacional estable, baja estacionalidad y gran capacidad de atracción.
- Canarias ha registrado también un aumento sostenido del gasto turístico, altos niveles de satisfacción y mejora en la rentabilidad empresarial, junto con reducción de la temporalidad e incremento de la contratación indefinida. No obstante, persiste una percepción de precariedad, especialmente entre la población joven, evidenciando un desajuste entre indicadores objetivos y sensaciones ciudadanas.

04. Oferta Turística Islas Canarias

Oferta alojativa mixta: más vivienda vacacional y necesidad de gestión y adaptación a la nueva normativa

- La estructura alojativa se encuentra en transición hacia un modelo mixto, con un crecimiento acelerado de la vivienda vacacional, que ya representa cerca del 40% de las plazas, alterando la especialización territorial histórica y generando desequilibrios entre islas y municipios.
- En el ámbito territorial y de vivienda, el crecimiento de la demanda y la expansión de la vivienda vacacional han desplazado la actividad turística más allá de los núcleos tradicionales, generando tensiones de convivencia entre turistas y residentes, presión sobre los servicios públicos y una percepción mayoritaria de que el turismo contribuye al incremento del coste de vida y al encarecimiento de la vivienda, especialmente en islas y municipios con alta intensidad turística.



Aspectos clave a abordar

El análisis estratégico ha permitido identificar una serie de aspectos clave que la estrategia turística deberá abordar (3/3)

05. Concentración Territorial Turismo Islas Canarias Desequilibrios de la demanda turística entre islas y necesidad de redistribuir flujos turísticos

- La demanda en Canarias presenta una distribución desigual entre territorios, con diferencias notables entre las islas más grandes y las más pequeñas, que cuentan con un menor desarrollo turístico en aspectos como el alojamiento tradicional o la conectividad, y una mayor especialización a segmentos específicos.
- Desde Turismo de Islas Canarias, creemos relevante ayudar a distribuir los flujos turísticos de forma equilibrada entre todas las islas, en la medida de lo posible.



06. Tendencias del viajero – Análisis Externo Transición hacia un turismo de mayor valor añadido, diversificado, digital y sostenible ante la creciente presión ambiental

- Las motivaciones e intereses de los turistas evolucionan, con un viajero que busca cada vez más experiencias auténticas y vinculadas a la identidad local, y tiene una mayor consciencia sobre su impacto en el destino. También crecen segmentos con alto potencial para el destino, como el turismo premium o el vinculado al bienestar y los eventos culturales
- En paralelo, la digitalización acelerada por la pandemia, la consolidación de las redes sociales como canales ya no solo de inspiración sino también planificación e, incluso, reserva, así como la irrupción de la inteligencia artificial, demandan seguir acompañando al sector en su aceleración digital.
- Por último, la preocupación del viajero por los impactos medioambientales y sociales del turismo, así como nuestra responsabilidad con nuestras islas y ciudadanos, hacen especialmente importante seguir apostando por la sostenibilidad y la acción climática desde la gestión y las empresas turísticas.



Diagnóstico

Conclusiones

El diagnóstico evidencia una doble realidad: un sector robusto y resiliente, con una posición competitiva consolidada, y un modelo territorial y social con retos importantes que abordar.

Necesitamos equilibrar competitividad, sostenibilidad y bienestar social, reforzando la capacidad del destino para consolidar un turismo que genere valor sostenido para los ciudadanos, las empresas turísticas, los turistas y nuestro precioso territorio



03. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Los objetivos estratégicos definen las metas que la estrategia de Islas Canarias deberá alcanzar para dar respuesta a los aspectos clave identificados en el diagnóstico.



Definición de los objetivos estratégicos

La definición de los Objetivos Estratégicos se ha realizado bajo el paraguas de tres elementos clave y transversales extraídos del diagnóstico


Objetivos Estratégicos del Plan Estratégico Canarias Destino 2025-2027



01

Ciudadanía

Potenciar la generación de valor y bienestar del turismo en favor de la ciudadanía



02

Acción Climática

Promover el incremento y la aceleración del compromiso con la acción climática como elemento de diferencia competitiva del destino y de sus empresas turísticas.



03

Resiliencia y Competitividad

Contribuir a la mejora continua de la resiliencia y competitividad del modelo turístico mediante la gestión del conocimiento y la experiencia integral del turista.



A partir de estos **Objetivos Estratégicos**, se establecen a continuación diferentes Subobjetivos que permitirán abordar de forma estructurada los diferentes ámbitos de actuación del plan.

Ciudadanía | Objetivo y subobjetivos estratégicos

OBJETIVO ESTRATÉGICO

01. Ciudadanía.

POTENCIAR LA GENERACIÓN DE VALOR Y EL BIENESTAR DEL TURISMO EN FAVOR DE LA CIUDADANÍA.

El objetivo es potenciar la generación de valor y bienestar del turismo en favor de la ciudadanía, de modo que la actividad turística repercuta positivamente en el crecimiento de otros sectores productivos, el desarrollo de infraestructuras, el intercambio cultural y la prosperidad de las Islas Canarias.

La estrategia plantea mejorar los efectos positivos y abordar los retos asociados al desarrollo turístico, impulsando un modelo que contribuya al bienestar de la población y al equilibrio entre actividad turística y calidad de vida en el destino.

En este marco, se propone situar a la ciudadanía en el centro de la gestión turística, promoviendo un modelo de desarrollo en el que los beneficios de la actividad turística sean percibidos y validados por el conjunto de la sociedad.

Para avanzar en este objetivo se establecen cinco subobjetivos orientados a reforzar el bienestar de la ciudadanía.

SUBOBJETIVOS

1.1 INVOLUCRACIÓN DE LA CIUDADANÍA

Colocar a la ciudadanía en el centro de la estrategia del destino e impulsar la participación ciudadana en la definición del modelo turístico.

1.2 SENSIBILIZAR A LA SOCIEDAD CANARIA

Concienciar y ampliar el conocimiento de la ciudadanía sobre la realidad del turismo en las Islas Canarias desde una mirada amplia y plural.

1.3 EMPLEO DE CALIDAD

Mejorar la calidad del empleo turístico y fomentar la creación y el mantenimiento de empleos altamente cualificados y de responsabilidad.

1.4 PROTECCIÓN Y CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO

Realizar acciones y dotar de herramientas para la protección, conservación y regeneración del legado material e inmaterial del destino.

1.5 GESTIÓN DEL DESTINO

Promover y colaborar en la creación e implementación de iniciativas que sirvan para la gestión ordenada del turismo que mitigue los efectos indeseados para la ciudadanía.



Acción climática | Objetivo y subobjetivos estratégicos

OBJETIVO ESTRATÉGICO

02. Acción climática

PROMOVER EL INCREMENTO Y LA ACELERACIÓN DEL COMPROMISO CON LA ACCIÓN CLIMÁTICA COMO ELEMENTO DE DIFERENCIA COMPETITIVA DEL DESTINO Y DE SUS EMPRESAS TURÍSTICAS

El objetivo es promover el incremento y la aceleración del compromiso con la acción climática, garantizando la sostenibilidad medioambiental del turismo mediante la preservación de paisajes y ecosistemas naturales, la reducción de emisiones de carbono y la regeneración de los impactos en el entorno natural.

La estrategia propone incorporar la acción climática como un eje estratégico del modelo turístico de las Islas Canarias, convirtiéndola en un factor de competitividad y diferenciación para el destino y las empresas turísticas. Para ello, se plantea desplegar un plan conjunto e integral de acción climática que combine la descarbonización de las actividades empresariales con la preservación y regeneración de los espacios naturales del archipiélago, a través de cuatro subobjetivos orientados a reforzar la neutralidad climática y la sostenibilidad del destino.

A continuación, se detallan los cuatro subobjetivos a abordar:

SUBOBJETIVOS

2.1 MEDICIÓN Y REDUCCIÓN

Reducir la huella de carbono de la actividad humana para paliar el impacto que la misma está teniendo en el planeta y sus ecosistemas

2.2 SOPORTE A EMPRESAS PARA SUS PLANES DE ACCIÓN CLIMÁTICA

Dar soporte a las empresas en la realización de sus propios planes de acción climática individuales y hacer difusión de las iniciativas sectoriales

2.3 PRESERVACIÓN Y REGENERACIÓN DEL ENTORNO

Realizar y promover actividades de regeneración de los espacios que pudieran haberse visto afectados por la actividad turística

2.4 SENSIBILIZACIÓN

Sensibilizar a la sociedad y al turista sobre la relevancia de un comportamiento respetuoso con el medioambiente



Resiliencia y competitividad | Objetivo y subobjetivos estratégicos

OBJETIVO ESTRATÉGICO

03. Resiliencia y competitividad.

CONTRIBUIR A LA MEJORA CONTINUA DE LA RESILIENCIA Y LA COMPETITIVIDAD DEL MODELO TURÍSTICO MEDIANTE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA EXPERIENCIA INTEGRAL DEL TURISTA

El objetivo es contribuir a la mejora continua de la resiliencia y la competitividad del modelo turístico, mediante la gestión del conocimiento y la mejora de la experiencia integral del turista, promoviendo mayor gasto por turista y una mejor distribución del mismo sin necesidad de aumentar el número de visitantes.

La estrategia plantea dotarse de más y mejores fuentes de información y de datos en tiempo real, para mejorar la toma de decisiones estratégicas y la gestión de los flujos en el destino.

Asimismo, se propone reforzar la comunicación en mercados de origen y la relación directa con los visitantes, con el objetivo de atraer los turistas que queremos, mejorar su experiencia en destino y consolidar clientes satisfechos, fidelizados y prescriptores. A continuación, se presentan los siete subobjetivos estratégicos.

SUBOBJETIVOS

3.1 SERVICIOS DIGITALES

Poner el servicio del sector y de los turistas los productos y servicios digitales que permitan impulsar su satisfacción en el destino.

3.2 BUSINESS INTELLIGENCE

Disponer de todas las fuentes de información para realizar un análisis riguroso que permita desplegar planes de acción específicos.

3.3 EXPERIENCIA DEL TURISTA

Explorar los mejores contenidos, acciones y canales de difusión para tener un impacto real y medible en la experiencia del turista.

3.4 SEGMENTACIÓN Y PERSONALIZACIÓN

Profundizar en la gestión integral de la experiencia de cliente, a partir de su motivación trectora, como modelo de gestión del destino.

3.5 PREMIUNIZACIÓN

Promover un enfoque global centrado en experiencias, servicios y productos turísticos de alto valor y transformar el perfil económico del destino.

3.6 PROPUESTA DE VALOR

Evolucionar la propuesta de valor y añadirle los valores de identidad y sostenibilidad.

3.7 CONECTIVIDAD AÉREA

Disponer del mayor número y calidad de conexiones con el mayor número de destinos y mercados emisores

04. EJES DE ACTUACIÓN

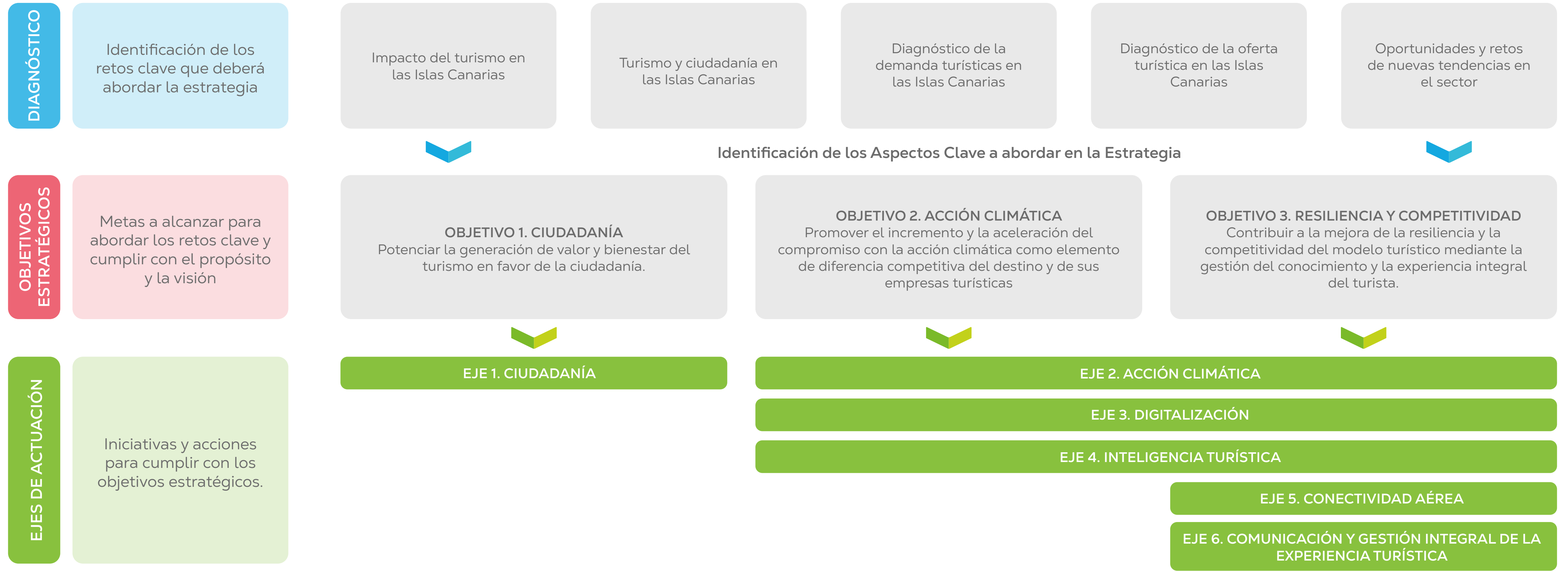
Los ejes de actuación están formados por un conjunto de iniciativas. Cada iniciativa describe las direcciones estratégicas y los ámbitos de actuación específicos para abordar los objetivos estratégicos del Plan y alcanzar la Visión.



Metodología

Una vez definidos y detallados los objetivos del plan se precisa de una metodología operativa que establezca los ejes de actuación prioritarios para poder alcanzarlos

Cada Eje de Actuación responde a aspectos clave identificados en el Diagnóstico y está vinculado a la consecución de uno o más Objetivos de la Estrategia.



Ejes Facilitadores y Ejes de creación de valor

La estrategia está dividida en seis ejes de actuación clasificados en dos grupos en función de su rol dentro de la consecución de la estrategia

**01. ENABLERS
EJES DE ACTUACIÓN FACILITADORES DE LA ESTRATEGIA**

Son ejes transversales a todo el destino y a su cadena de valor y representan la base de la estrategia turística.

La ciudadanía y la sostenibilidad son dos pilares fundamentales sin los cuales no es posible aportar valor a los entes clave del sector.



EJE 1.
CIUDADANÍA

EJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICA

**02. CREACIÓN DE VALOR
EJES DE ACTUACIÓN DE CREACIÓN DE VALOR**

Ejes basados en la creación de valor para los diferentes entes clave del sector (visitantes, empresas del sector y ciudadanía).

Su alcance en el plan se basa en la digitalización, la inteligencia turística, la comunicación y la gestión integral de la experiencia turística y la conectividad aérea.



EJE 3.
DIGITALIZACIÓN

EJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICA

EJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREA

EJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA



(*) A continuación, se detallan las iniciativas de cada uno de los ejes de actuación del Plan. Cada iniciativa describe las direcciones estratégicas y las acciones específicas para alcanzar los objetivos estratégicos.

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 1. Plan de Participación Ciudadana

Dirección Estratégica 1.1

Captación y monitorización de la opinión de la ciudadanía sobre la actividad turística

Establecimiento de las fuentes de información y los mecanismos adecuados para recoger y monitorizar la opinión de la ciudadanía sobre los diferentes ámbitos de la actividad turística.

Se indagará sobre aquellos aspectos positivos derivados del turismo, así como sobre las soluciones para paliar los efectos no deseados vinculados a esta actividad económica.

Para esta labor se contará con la actividad del ISTAC, herramientas de social intelligence, otras fuentes secundarias y se habilitarán aquellas fuentes adicionales necesarias según las necesidades detectadas.

La monitorización debe servir para objetivar la evolución de la opinión pública en su conjunto, más allá de las percepciones y sensaciones.

Dirección Estratégica 1.2

Habilitación de canales y herramientas de participación ciudadana en el turismo

Se dotará a la ciudadanía de voz en proyectos clave mediante su participación directa y activa. La representación ciudadana se articulará a través de un marco permanente de relación formado por asociaciones y entidades del tercer sector, así como por entidades relacionadas con la preservación medioambiental.

Se diseñará y desplegará un modelo de gobernanza que cristalice esa participación, a través de proyectos piloto y utilizando portales digitales de gobierno abierto, redes sociales corporativas, reuniones y talleres participativos como espacios de información y debate en los que se recojan inquietudes y propuestas.

Toda acción, digital o analógica, garantizará la transparencia en la gestión, informando sobre su propósito y publicando resultados accesibles y claros con las conclusiones de estas iniciativas de participación ciudadana.

Dirección Estratégica 1.3

Creación de puntos de encuentro con entidades del tercer sector sociales y ambientales

Más allá de los canales de participación, se propone establecer una relación fluida y continua con las entidades sociales y ambientales con el objetivo de que dispongan de la información referida a la actividad de Turismo de Islas Canarias, situando a la ciudadanía en el centro de la actividad operativa.

Esta conexión entre el tejido asociativo de las Islas Canarias y los entes de gestión turística del destino es clave para que el turismo sea percibido como un aliado en la consecución de los logros colectivos, más allá de los resultados específicos de la actividad económica

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 2. Plan de Sensibilización Ciudadana

Dirección Estratégica 2.1

Plan de Comunicación a la ciudadanía para mejorar el conocimiento de la actividad y el sector turístico

Se pretende que la ciudadanía se convierta en uno de los públicos objetivo de la actividad de comunicación, con acciones específicas que tengan por objeto fortalecer los vínculos entre la ciudadanía y el sector turístico.

Con estas acciones se aproximará la realidad y complejidad del cambio de modelo a sus potenciales impactos en la cotidianidad de la ciudadanía.

Se utilizarán para ello los canales digitales de comunicación habituales, añadiendo todos aquellos que permitan acceder a los espacios de reunión de la sociedad canaria, permitiéndoles formar parte del inevitable debate que supone un cambio de modelo en el que todos los actores deben estar involucrados.

Se prevé realizar acciones de diversa índole: charlas, conferencias, exposiciones, talleres formativos, concursos de ideas, eventos y acciones directas en el espacio público.

Dirección Estratégica 2.2

Convención Turismo Islas Canarias: Sensibilización sobre el cambio de modelo turístico

Apertura de la Convención de Promotur Turismo de Canarias, como un encuentro de los actores público y privado en los que se trabaja para la mejora de la sostenibilidad y la competitividad del modelo turístico, dándose a conocer las principales conclusiones y direcciones que se extraigan del evento.

Esta convención debe convertirse, a su vez, en un punto de foco informativo sobre la actividad turística en el archipiélago y un lugar de profundización sobre las novedades y actualizaciones del presente plan estratégico, que se actualizará anualmente según las novedades derivadas del diagnóstico de la situación.

Dirección Estratégica 2.3

Premios Islas Canarias: Reconocimiento público de los proyectos y empresas turísticas que contribuyen a la sostenibilidad

A través de los Premios Islas Canarias, se reconocerá a las personas, empresas, entidades o instituciones por el trabajo que realizan a diario para construir un destino turístico más sostenible, que prioriza la calidad en el empleo, la innovación, la accesibilidad y la inclusión, y sitúa el bienestar de los residentes en el centro.

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 3. Plan de medición de la calidad del empleo turístico

Dirección Estratégica 3.1

Fomento de la creación de indicadores y seguimiento sobre la calidad del empleo turístico

Se instará a la creación de un cuadro de indicadores que permita medir la calidad del empleo turístico y monitorizar continuamente el clima laboral del sector, incorporando variables relacionadas con las condiciones de trabajo, como la remuneración, la estabilidad, las oportunidades de crecimiento, las tasas de rotación o el absentismo laboral.

Este sistema se desarrollará en coordinación con los organismos competentes en materia de empleo y también a través de datos procedentes de fuentes de terceros, con el objetivo de disponer de una visión recurrente y estructurada de la situación del empleo turístico.

Los resultados de este trabajo se pondrán a disposición de la ciudadanía como instrumento de transparencia y conocimiento sobre la realidad laboral del sector.

Dirección Estratégica 3.2

Acción de comunicación y difusión de puestos de trabajo cualificados del sector turístico

A través de acciones de comunicación, se impulsará el reconocimiento de nuevas oportunidades laborales dentro del turismo, poniendo en valor los perfiles más técnicos e innovadores y prestigiando las carreras profesionales existentes en el sector.

Se fomenta una visión amplia de las aproximaciones al sector turístico que incluyen profesionales de hostelería, transporte, marketing y comunicación, servicios profesionales especializados, inteligencia de mercado, programación...

Una visión extensiva y completa del ecosistema laboral del sector y también de las potenciales rutas formativas para adquirir los conocimientos necesarios para ejercerlas.



Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍA

EJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICA

EJE 3.
DIGITALIZACIÓN

EJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICA

EJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREA

EJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN EXPERIENCIA

Iniciativa 4. Plan de innovación y emprendimiento

Dirección Estratégica 4.1
Promoción de la creación de productos turísticos vinculados a la identidad y la sostenibilidad

En la evolución del posicionamiento del destino se detecta una necesidad creciente de incorporar productos turísticos experienciales vinculados a la identidad canaria y a la sostenibilidad –tanto social como medioambiental–.

Un destino con una capacidad de diferenciación superior no solo por sus atributos naturales (clima, naturaleza...), sino también por la puesta en valor de su historia, su cultura y su identidad singular.

Por ello, se propone ayudar a los emprendedores a diseñar, desarrollar, profesionalizar y escalar nuevas experiencias turísticas que integren patrimonio, sostenibilidad y autenticidad, impulsando así una oferta más diferenciada, con mayor valor añadido y alineada con el reposicionamiento estratégico del destino.



Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 5. Plan de apoyo a la protección del patrimonio

Dirección Estratégica 5.1

Creación y lanzamiento de financiación a proyectos turísticos vinculados a la equidad social y a la protección del patrimonio

Se pondrá en marcha un fondo de financiación destinado a apoyar proyectos del ámbito turístico que contribuyan a la protección del patrimonio y el fortalecimiento del tejido social y la equidad.

Las entidades colaboradoras serán escogidas estratégicamente, priorizando la afinidad de sus valores y la alineación con el posicionamiento de la marca turística Islas Canarias.

Dirección Estratégica 5.2

Acción de comunicación para visibilizar los impactos positivos de un modelo turístico responsable y sostenible

Para comunicar los impactos positivos del turismo como actividad que contribuye a la conservación y regeneración del destino, se pondrá en marcha un plan con acciones informativas y de sensibilización.

En primer lugar, se realizarán campañas educativas y divulgativas para compartir mensajes claros sobre los impactos positivos que aporta un modelo turístico responsable y sostenible medioambientalmente en las islas. Estas acciones de comunicación se centrarán en casos concretos de éxito en los que el turismo haya sido un pilar clave para proteger o poner en valor un espacio natural, o que haya permitido revitalizar una comunidad, revalorizar el patrimonio o crear intercambios culturales de valor.

En segundo lugar, se llevarán a cabo acuerdos y alianzas con empresas, entidades y asociaciones locales para desarrollar y apoyar proyectos conjuntos orientados a la conservación y regeneración medioambiental y del patrimonio cultural. Las entidades colaboradoras serán escogidas estratégicamente, priorizando la afinidad de sus valores y la alineación con el posicionamiento de la marca turística Islas Canarias.



Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 6. Plan de información sobre la movilidad turística en las islas

Dirección Estratégica 6.1

Profundización de la Monitorización de los flujos turísticos en las Islas a través de sistemas de geolocalización y explotación de sus datos

El sistema de geolocalización de flujos turísticos permitirá conocer la movilidad de los visitantes en el destino mediante el uso de datos móviles y tecnología GPS.

A través de estas herramientas, podrá medirse la concentración turística en franjas horarias definidas y conocer las rutas más transitadas, las horas de mayor afluencia y las áreas con mayor presión turística y de residentes.

Todos estos datos serán recabados, procesados y analizados por sistemas tecnológicos integrados en la plataforma digital del Observatorio turístico de Islas Canarias, así como mediante el acceso directo a los datos proporcionados por el Data Lake de Turismo de Islas Canarias.



Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 7. Plan de Medición y Reducción de la huella de carbono

Dirección Estratégica 7.1

Incentivación a participación de todos los públicos implicados en los planes de acción climática y en el plan de acción conjunto.

Promoción de la colaboración activa de los actores turísticos identificados con Turismo de Islas Canarias para obtener datos precisos sobre las emisiones generadas por sus actividades y promover planes conjuntos de acción climática.

La descarbonización puede abordarse de manera individual por parte de cada empresa; sin embargo, hay una serie de retos de la acción climática, entre ellos la regeneración medioambiental, que solo pueden acometerse desde la colaboración articulada en planes de acción climática conjuntos que se sumen a los desplegados por cada una de las empresas.

Dirección Estratégica 7.2

Uso y enriquecimiento de datos de emisiones globales del destino para mejora en las estimaciones de huella de carbono y su evolución

Integración en el sistema de inteligencia turística de Islas Canarias de los datos recopilados de las empresas que complementen el cálculo de la huella de carbono, para mejorar el conocimiento sobre la huella de carbono real del destino y diseñar instrumentos para su mitigación.

Se promoverán estudios para obtener datos de huella de carbono en los diferentes subsectores que conforman la cadena de valor del sector turístico, incluyendo transporte, alojamiento y energía, con el objetivo de obtener una visión global del impacto ambiental directo e indirecto del turismo en el destino

Dirección Estratégica 7.3

Despliegue del Laboratorio de innovación sobre la acción climática como instrumento para impulsar la investigación y la difusión de su relevancia para el archipiélago canario

Acompañamiento y apoyo en el despliegue de un espacio permanente orientado a la investigación, experimentación, innovación y transferencia de conocimiento en materia de acción climática en Canarias.

El Laboratorio impulsará proyectos piloto y promoverá la colaboración con universidades y centros tecnológicos. Funcionará como plataforma para desarrollar soluciones innovadoras que puedan ser adoptadas por empresas y administraciones, y como puente entre la ciencia del clima, la estrategia pública y la capacidad operativa del sector turístico.

Este instrumento aspirará a situar a Canarias como referente internacional en innovación climática vinculada al turismo. Será especialmente relevante la innovación relacionada con la implantación de producción de combustibles sostenibles en las islas.

Visión

Diagnóstico

Objetivos estratégicos

Ejes de actuación

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍA

**EJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICA**

EJE 3.
DIGITALIZACIÓN

EJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICA

EJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREA

EJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 7. Plan de Medición y Reducción de la huella de carbono

Dirección Estratégica 7.4

Impulso y colaboración con los planes de acción climática insulares

Financiación de la elaboración y ejecución de Planes de Acción Climática insulares como una iniciativa estratégica para alinear el turismo con los objetivos de sostenibilidad, descarbonización y regeneración del territorio.

Estos planes buscan transformar el modelo turístico hacia uno más respetuoso con el medio ambiente, implicando a diversos actores y adaptándose a las particularidades de cada isla. La colaboración con los cabildos permitirá compartir aprendizajes, optimizar recursos y garantizar que cada isla avance dentro del marco general definido por la Ley Canaria de Cambio Climático y los compromisos adquiridos en el ámbito internacional.

Dirección Estratégica 7.5

Comunicación permanente de la evolución de los indicadores relacionados con la descarbonización del destino y el resto de las acciones del plan climático

Se compartirá la información e indicadores de descarbonización de manera clara y accesible con todos los actores del sector turístico y con la ciudadanía para reflejar la situación actual y los avances y mejoras que se vayan logrando en el proceso de reducción de la huella de carbono y proyectos de regeneración medioambiental.

Mediante esta acción, se fomentará la transparencia y se sensibilizará sobre el impacto que el turismo genera en el destino, promoviendo un mayor compromiso conjunto del sector y de la ciudadanía hacia la realización de iniciativas que contribuyan a mitigar ese impacto.

Dirección Estratégica 7.6

Promoción de la colaboración interdepartamental dentro de las administraciones públicas para la consecución de los objetivos planteados en la adhesión a la declaración de Glasgow

Se definirán los mecanismos operativos de colaboración dentro de las administraciones públicas para abordar desde la multidimensionalidad los retos individuales de las empresas relacionados con la descarbonización, así como los desafíos colectivos vinculados a la regeneración del destino.

Partiendo del modelo de gestión de proyectos RACI, pueden configurarse proyectos interdepartamentales bajo un objetivo común compartido.

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 8. Plan de apoyo a la descarbonización

Dirección Estratégica 8.1**Mantenimiento correctivo, adaptativo y evolutivo de la herramienta viaje a la descarbonización**

Se impulsará y continuará dando a conocer la aplicación digital “Viaje a la Descarbonización”, desarrollada para medir, compensar y reducir las emisiones generadas por la actividad turística de cada una de las empresas y entidades del sector turístico canario.

El plan de difusión se centrará en comunicar los beneficios tangibles que las empresas percibirán al adoptar la herramienta, como el ahorro de costes, las certificaciones que mejorarán su posicionamiento y la incorporación de la sostenibilidad como valor de marca.

Estos beneficios e incentivos convertirán el compromiso de las empresas con la reducción de la huella de carbono no solo en un compromiso con las nuevas generaciones y el planeta, sino en una ventaja competitiva del sector y de cada una de las empresas que lo componen, permitiendo atraer a un viajero más consciente y comprometido con la protección medioambiental.

Dirección Estratégica 8.2**Plan de difusión de la herramienta viaje a la descarbonización y su valor comercial a través de los sellos de declaración de emisiones y colaboración con plataformas de comercialización**

Los sellos de certificación de la finalización de la medición de la huella de carbono y su implementación comercial son el punto de partida para poner en valor la acción climática de las empresas y un elemento de diferenciación competitiva en el propio destino. Por ello, los sellos tendrán el valor de identificar que las empresas han utilizado herramientas basadas en estándares internacionales para su medición.

Su implementación generalizada y la difusión de su valor al cliente tinal constituyen el método para impulsar su uso en el territorio.

Además, esta medición permitirá a las empresas acceder a canales de comercialización de actividades turísticas con declaración de emisiones de huella de carbono a nivel internacional, con los que se han establecido acuerdos de colaboración.

Dirección Estratégica 8.3**Plan actualizado de onboarding a la herramienta viaje a la descarbonización**

Se seguirán desarrollando materiales digitales, como webinars, tutoriales y guías que permitirán a las empresas llevar a cabo el proceso de descarbonización de su actividad de forma autónoma y formar a sus equipos sobre las ventajas de adoptar una visión empresarial que integre la acción climática en su estrategia. El proceso de acompañamiento al sector en el uso de la aplicación y suministro de materiales de formación para sus equipos no se realizará únicamente durante la fase de adopción de la herramienta, sino que estará basado en un proceso de capacitación y evolución continua. Este acompañamiento incluye diferentes tipos de acciones. Por un lado, talleres y eventos formativos digitales y presenciales para dar a conocer las diferentes fases del proceso de elaboración de un plan de acción climática y las herramientas tecnológicas disponibles para facilitar su implementación. También se pondrá a disposición de las empresas un Centro de Atención a Usuarios (CAU) que prestará asistencia técnica permanente para la resolución de consultas e incidencias que puedan surgir durante el proceso de incorporación a los distintos productos digitales, incluyendo la herramienta “Viaje a la Descarbonización”.

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 8. Plan de apoyo a la descarbonización

Dirección Estratégica 8.4**Ampliación y adaptación de planes de formación para la elaboración de planes de acción climática para empresas**

Se dará continuidad a los planes de formación y se ampliará su alcance, pasando de un enfoque centrado únicamente en la medición de la Huella de Carbono a un programa integral de sostenibilidad empresarial. El objetivo es que las empresas turísticas no solo puedan medir y reducir sus emisiones, sino también desarrollar planes de acción climática completos, integrarlos en su gestión diaria y realizar un seguimiento continuo de sus avances, así como sumar esfuerzos colectivos en las actividades relacionadas con el plan de acción conjunto del destino que incorpora acciones de regeneración medioambiental, entre otras. Estos programas incorporarán contenidos clave sobre sostenibilidad corporativa, economía circular, regeneración medioambiental, gestión ambiental, adaptación al cambio climático y reporting ESC, así como módulos específicos sobre Green Claims, comunicación responsable y prevención del greenwashing. Se trata de formar al tejido empresarial para que pueda comunicar su desempeño ambiental de forma rigurosa, transparente y alineada con la normativa europea, evitando prácticas engañosas que perjudiquen la credibilidad del sector.

Dirección Estratégica 8.5**Plan de certificación de declaración de emisiones**

Para profundizar en el actual autodiagnóstico de emisiones, se desplegará un modelo de verificación de la declaración que no solo acredite haber realizado el autodiagnóstico, sino que garantice que este ha sido validado y verificado por expertos independientes que acreditan la validez del cálculo elaborado.

Se constituye, de este modo, en un complemento adicional al autodiagnóstico que aporta rigor al proceso de medición, estando avalado por verificadores homologados.

Dirección Estratégica 8.6**Formación de verificadores de Viaje a la Descarbonización**

Para garantizar la aplicación correcta de las metodologías de cálculo, se habilitarán formaciones para verificadores profesionales que conozcan el estándar internacional en el que se base "Viaje a la Descarbonización", el funcionamiento detallado de la herramienta y los principios de verificación de los cálculos realizados con ella.

Disponer de una masa crítica de expertos permitirá responder a la demanda creciente y asegurar la calidad de las verificaciones.

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 8. Plan de apoyo a la descarbonización

Dirección Estratégica 8.7**Plan de relación con los registrados en la herramienta viaje a la descarbonización**

Se establecerá un sistema de comunicación constante con las empresas que utilizan la herramienta. Este sistema incluirá el envío periódico de información, formación especializada, novedades regulatorias, recomendaciones técnicas y oportunidades de financiación.

Este acompañamiento contribuirá a consolidar una red estable de empresas comprometidas con la acción climática.

Dirección Estratégica 8.8**Vinculación de la herramienta Viaje de la Descarbonización con el registro general de emisiones**

El próximo despliegue del Registro General de Emisiones, impulsado por la Consejería de Transición Ecológica, representa una oportunidad clave para vincular la herramienta "Viaje a la Descarbonización" al propio Registro.

Esta integración permitiría que la herramienta funcione como un apoyo directo a las empresas turísticas en la preparación y presentación de su declaración formal de emisiones ante el registro oficial, facilitando el cumplimiento normativo y reduciendo barreras administrativas.

Se colaborará en este proceso como agente impulsor y acompañante del sector, asegurando que las empresas dispongan de herramientas prácticas y alineadas con los requisitos establecidos por la Consejería de Transición Ecológica

Dirección Estratégica 8.9**Despliegue de una estructura de financiación de proyectos y gestión de ayudas**

Las iniciativas relacionadas con la acción climática disponen de ayudas públicas para su implementación. Se colaborará de forma activa para movilizar recursos destinados a esta misión.

Visión

Diagnóstico

Objetivos estratégicos

Ejes de actuación

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍA

**EJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICA**

EJE 3.
DIGITALIZACIÓN

EJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICA

EJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREA

EJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 8. Plan de apoyo a la descarbonización

Dirección Estratégica 8.10

Desarrollo de una guía fácil de regulación europea, nacional y autonómica sobre turismo sostenible

Se están publicando y actualizando de manera continua regulaciones referidas al ámbito ambiental.

Se procederá a la publicación digital de una quía de fácil consulta que constituya un compendio de las legislaciones europeas en materia ambiental que tengan mayor impacto en el sector turístico.

Dirección Estratégica 8.11

Guía de fondos de financiación de proyectos de descarbonización

Elaboración de una guía digital general de fuentes de financiación, más allá de Turismo de Islas Canarias, para la financiación de proyectos de impacto medioambiental o acción climática por parte de las administraciones autonómicas, el Gobierno Central y las autoridades europeas.

Se incluirán, también, aquellas instituciones privadas que colaboran y/o cofinancian proyectos de impacto medioambiental.

Dirección Estratégica 8.12

Alianzas para la acción climática en el ámbito turístico

Consolidación de una red de alianzas regionales, nacionales e internacionales con actores clave de la acción climática, como organizaciones intermediarias turísticas, empresas, operadores, instituciones académicas y científicas y otras entidades que forman parte de la cadena de valor del sector.

Se priorizará aglutinar la mayor diversidad posible de perfiles y tipologías de empresas para generar el máximo impacto en la reducción de la huella de carbono del destino y en los proyectos de regeneración medioambiental vinculados al turismo.

Estas alianzas buscarán sinergias positivas dentro del plan conjunto de acción climática y facilitarán la alineación con estándares globales, el acceso a innovación aplicada y el intercambio de buenas prácticas que refuercen la sostenibilidad del modelo turístico de las Islas Canarias.

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 9. Plan de apoyo a la protección del patrimonio

Dirección Estratégica 9.1**Apoyo a actividades de conservación y regeneración medioambiental**

Se dará apoyo a actividades e iniciativas de regeneración medioambiental, lo que permitirá definir el alcance y los aspectos técnicos de las actividades de conservación y regeneración con entidades especializadas en el ámbito de la regeneración medioambiental.

La principal función será la de movilizar recursos financieros, técnicos y humanos para apoyar proyectos alineados con las necesidades de conservación y regeneración medioambientales y de equidad social del territorio, a través de alianzas con empresas públicas y privadas, instituciones y ONG especializadas.

Se realizarán acciones de comunicación y eventos que impulsen la participación ciudadana y conecten a estas entidades beneficiarias e impulsoras de las iniciativas con la ciudadanía y con los visitantes, aumentando de este modo su difusión y alcance.

Dirección Estratégica 9.2**Conceptualización y despliegue del Programa de Regeneración y Renaturalización de las Islas Canarias**

Se creará un programa que actuará como un marco permanente de colaboración públicoprivada, orientado a captar fondos para la regeneración y renaturalización del entorno natural.

En el marco de este programa se habilitará un fondo específico, accesible tanto para empresas como para turistas, que permitirá contribuir económicamente a proyectos existentes en las islas o potenciales de regeneración ecológica con impacto social positivo; restaurar ecosistemas y suelos afectados por la actividad turística o el cambio climático, desarrollar infraestructuras verdes, actuaciones de resiliencia hídrica y proyectos de recuperación paisajística, proyectos que impulsen la economía regenerativa local, el empleo verde y la innovación comunitaria, actuando al mismo tiempo como un mecanismo de justicia territorial que priorice el beneficio para zonas rurales, costeras o degradadas.

A cambio, se estimularán estos comportamientos mediante actividades de comunicación que lo pongan en valor y ayuden a las empresas a comunicar a sus clientes su compromiso con la acción climática y el bienestar de la población canaria.

Además, el fondo adoptará los instrumentos reconocidos en los Mercados Voluntarios de Carbono, recurriendo a entidades de acreditada solvencia y confianza internacional para la certificación y verificación de la capacidad de los proyectos de reducir o secuestrar gases de efecto invernadero (GEL).

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 10. Plan de comunicación sobre el turismo responsable

Dirección Estratégica 10.1**Estrategia de comunicación a la ciudadanía sobre el turista que queremos. Turismo responsable**

Se seguirá trabajando para informar, sensibilizar y educar a turistas, residentes y empresas locales sobre prácticas responsables que minimicen el impacto ambiental de la actividad turística.

Para ello, se fomentarán comportamientos respetuosos con el medioambiente mediante contenidos educativos sobre sostenibilidad y buenas prácticas, infografías, vídeos y retos interactivos en redes sociales, así como folletos y carteles informativos en lugares estratégicos de las islas. Se generarán materiales didácticos a disposición de centros educativos y entidades locales para difundir principios de turismo responsable.

También se crearán campañas gamificadas que permitan a turistas y visitantes participar en acciones comunitarias. Con ello, el plan de comunicación sobre turismo responsable contribuirá a la sostenibilidad medioambiental del destino y reforzará el posicionamiento de Islas Canarias como un lugar comprometido con la protección de su entorno.

Dirección Estratégica 10.2**Estrategia de comunicación al turista poniendo el valor las iniciativas y prácticas del global del destino y sus empresas para un turismo más sostenible**

Se generarán materiales de comunicación que pongan en valor, de forma prioritaria, los proyectos e iniciativas de mayor impacto del sector turístico canario vinculados a la inversión en acciones relacionadas con el medioambiente y el impacto social positivo.

De este modo, se actuará como instrumento de apoyo a la difusión de aquellos proyectos que están impulsando la transformación del modelo turístico hacia una actividad más sostenible y con mayor impacto positivo en el territorio y su comunidad.



Visión

Diagnóstico

Objetivos estratégicos

Ejes de actuación

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍA

EJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICA

**EJE 3.
DIGITALIZACIÓN**

EJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICA

EJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREA

EJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 11. Actualización del Stack Tecnológico Turismo Islas Canarias

Dirección Estratégica 11.1

Actualización y ampliación de la infraestructura digital de Turismo de Islas Canarias

Se desarrollará un diagnóstico del ecosistema tecnológico actual, identificando las tecnologías, plataformas y sistemas utilizados actualmente, así como las posibles mejoras en la gestión de datos y la experiencia digital de los visitantes. Para ello, se contará con la opinión de los agentes clave, conformando así el diagnóstico de la realidad tecnológica del sector.

Este ecosistema tecnológico será clave para optimizar operaciones, tomar decisiones basadas en datos y ofrecer servicios innovadores que aumenten la competitividad de Islas Canarias y mejoren el posicionamiento premium del destino.

Dirección Estratégica 11.2

Licencias y suscripciones a herramientas para la promoción, marketing y estudios e investigación

Ampliación del acceso a herramientas digitales avanzadas de Martech e inteligencia de mercado para facilitar la promoción, personalización y ampliación del conocimiento.

Estas inversiones incluirán licencias y suscripciones a plataformas especializadas, tales como herramientas de gestión y monitorización de redes sociales, sistemas de escucha activa, software para estudios y segmentación de mercados, y publicaciones periódicas de benchmarking y análisis comparativos entre destinos turísticos, entre otras.

Dirección Estratégica 11.3

Mantenimiento perfectivo, adaptativo y correctivo de medios propios - Servicio Línea Base

Mantenimiento continuo del ecosistema de plataformas digitales (sites, servidores, bases de datos, data lake...) para garantizar su actualización permanente y funcionalidad.

Este servicio responde efectivamente a las necesidades de la organización y sus diferentes públicos objetivos, permitiendo el funcionamiento óptimo del ecosistema digital.

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍA

EJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICA

**EJE 3.
DIGITALIZACIÓN**

EJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICA

EJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREA

EJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN EXPERIENCIA

Iniciativa 11. Actualización del Stack Tecnológico Turismo Islas Canarias

Dirección Estratégica 11.4
Mantenimiento de un servicio de Ciberseguridad

Mantenimiento continuo de los sistemas de ciberseguridad que garantice la solidez y seguridad del conjunto.

Se trata de un servicio base que, por su relevancia, merece ser dotado de una entidad autónoma, entendiéndose como una disciplina especializada dentro del ámbito digital.

Dirección Estratégica 11.5
Diseño y despliegue de una plataforma para la gestión del Programa Turístico de Regeneración de Islas Canarias

Conceptualización, diseño y despliegue de una plataforma digital que actúe como punto de información, adhesión y seguimiento de los diferentes proyectos de regeneración.

La plataforma se inspirará en modelos de microfinanciación donde promotores de iniciativas conectan con apoyadores interesados en contribuir a proyectos afines a sus valores.



Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍA

EJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICA

**EJE 3.
DIGITALIZACIÓN**

EJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICA

EJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREA

EJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN EXPERIENCIA

Iniciativa 12. Plan de apoyo a la digitalización del sector turístico

Dirección Estratégica 12.1
Plan de aceleración de la digitalización del sector turístico (CRM, Repositorio...)

Impulso de la transformación digital de las empresas turísticas canarias a través de recursos formativos, herramientas y acompañamiento especializado para mejorar su presencia digital, efectividad en redes sociales, portales web, reputación online y comercialización de sus productos y experiencias turísticas.

Dirección Estratégica 12.2
Integración de plataformas web de todas las islas en la plataforma de destino (holaislascanarias.com)

Integración progresiva y coordinada de las webs oficiales en el portal holaislascanarias.com para mejorar la eficiencia en la gestión y promoción del destino, centralizar la información para el usuario y reforzar la identidad y posicionamiento de Islas Canarias como una marca tomada por distintas marcas con identidad propia



Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍA

EJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICA

**EJE 3.
DIGITALIZACIÓN**

EJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICA

EJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREA

EJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN EXPERIENCIA

Iniciativa 13. Plan de comunicación y relación B2B sobre los servicios digitales ofrecidos por Turismo Islas Canarias

Dirección Estratégica 13.1
Plan de comunicación B2B sobre servicios digitales ofrecidos por Turismo de Islas Canarias

Se creará un Plan de Comunicación para posicionar los servicios y herramientas digitales que proporciona Turismo de Islas Canarias a las empresas para mejorar su competitividad y sus procesos internos.

La comunicación se basará en iniciativas digitales B2B enfocadas en inteligencia de mercado, gestión de recursos, automatización de procesos y cálculo y compensación de la huella de carbono.

El Plan resaltarán los beneficios de las diferentes herramientas B2B impulsadas y se centrará en dar visibilidad a casos de éxito de empresas que hayan implementado estas iniciativas



Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 14. Plan de adopción y uso de la IA en el contexto del sector turístico

Dirección Estratégica 14.1

Realizar un análisis exhaustivo del impacto de la IA en el sector turístico Canario y su nivel de adopción

Se realizará un estudio detallado sobre los impactos que las diferentes tipologías de IA están generando y se prevé que generen en un futuro cercano en el sector turístico. Si bien la digitalización del sector aún no se ha completado, la rápida expansión del uso de la IA exige un análisis profundo que permita comprender sus efectos y definir una hoja de ruta para su adopción e implementación. Solo así podrá convertirse en un elemento de diferenciación y ventaja competitiva para el destino.

En paralelo al estudio de impacto, se debe llevar a cabo una auditoría que permita conocer el nivel de uso que el sector turístico –tanto en el conjunto como en cada una de sus especializaciones– está realizando actualmente de la IA, así como identificar cuáles son sus planes de incorporación futura.

La relación entre los resultados del estudio de impacto y el diagnóstico real del grado de adopción en el sector turístico canario permitirá definir un plan de acción colectivo, con iniciativas específicas y orientadas de forma adecuada y coordinada como destino.

Dirección Estratégica 14.2

Realizar un estudio de necesidades y modelo de adopción de la IA por parte de Turismo de Islas Canarias

Se llevará a cabo un estudio detallado de necesidades en Turismo de Islas Canarias, basado en un análisis profundo y estructurado, que permita alinear metodologías comunes y usos compartidos más allá de los esfuerzos individuales y del empleo aislado de herramientas estándar del mercado.

Este estudio constituirá la base para la definición de un plan global y coordinado de adopción de la IA, que facilite su integración progresiva en los procesos habituales de trabajo de la organización, impulsando la mejora continua y la optimización de los recursos.

Dirección Estratégica 14.3

Elaboración de contenido didáctico específico sobre la IA en el contexto turístico para el uso de las empresas canarias

Se desarrollarán materiales didácticos que permitan apoyar al sector en su adopción e incorporación de herramientas de IA, especialmente generativa, en sus procesos, a partir de las conclusiones del estudio de necesidades y la auditoría de implementación en el sector.

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 14. Plan de adopción y uso de la IA en el contexto del sector turístico

Dirección Estratégica 14.4

Licenciamiento e implementación de herramientas de IA en los procesos de trabajo de TIC

Se licenciarán e implementarán aquellas herramientas de IA que permitan operar en un entorno seguro y alineado con los objetivos de mejora continua y optimización planteados.

Las herramientas y agentes de IA serán clave en este proceso, por lo que se requiere contar con soluciones que respondan a los estándares de mercado y faciliten el despliegue del plan de acción definido.



Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 15. Creación de una red de actores de Inteligencia Turística

Dirección Estratégica 15.1

Crear un canal de comunicación continuo entre los diferentes actores de inteligencia turística locales

Diseño y dinamización de una red de actores que permita conocer los avances en inteligencia de mercado desarrollados por los distintos entes y facilitar el intercambio de información útil para el sector y la ciudadanía.

Esta red colaborativa promoverá la interacción y comunicación entre los actores identificados, con el objetivo de compartir datos, estudios e investigaciones sobre tendencias, mercados y comportamientos de los visitantes en el destino.

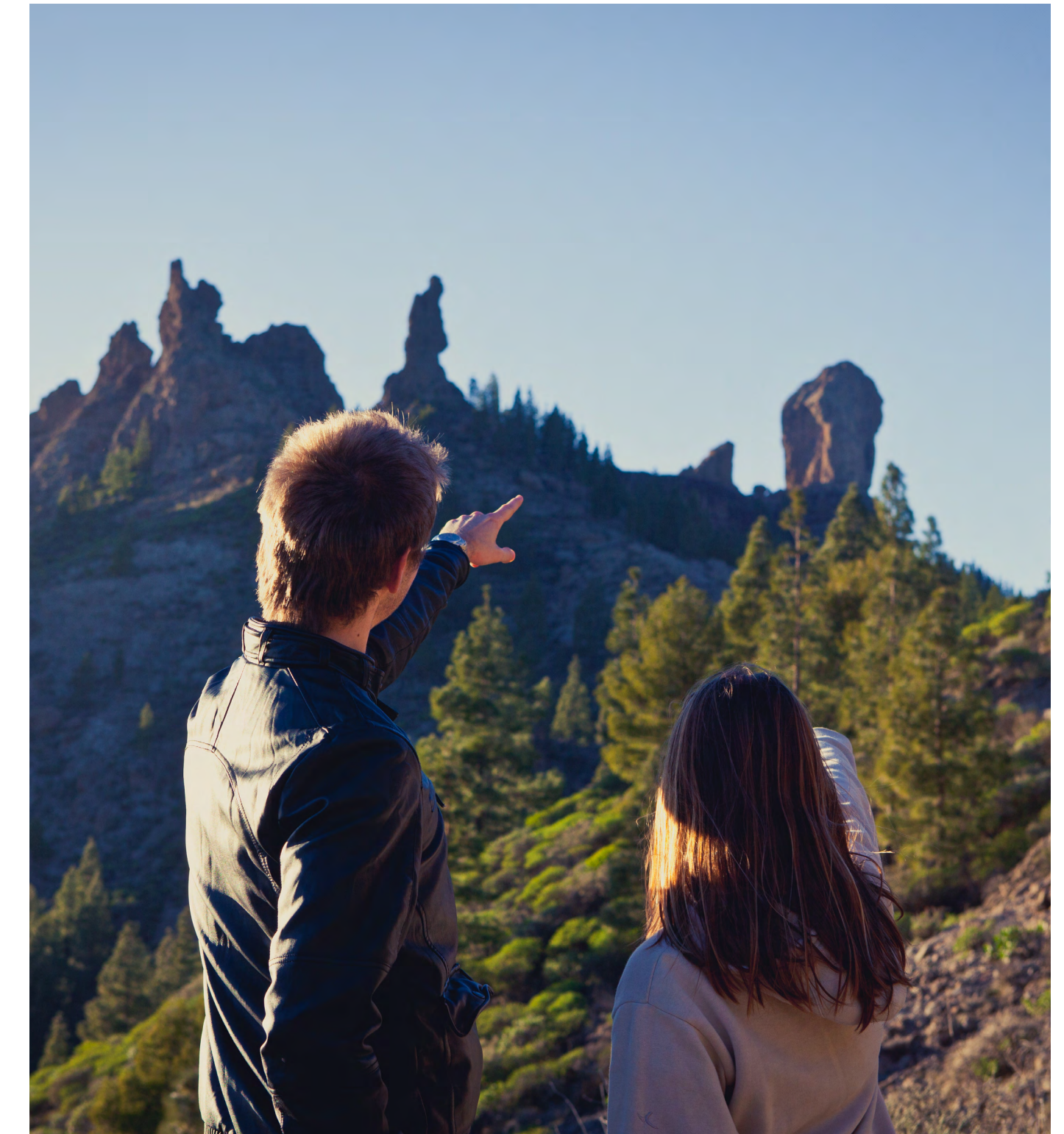
Este canal de conexión continua generará sinergias que permitirán disponer de una visión más precisa de los distintos elementos que conforman la industria turística canaria, creando recursos de valor que contribuyan a mejorar la toma de decisiones y la planificación estratégica de las empresas.

Dirección Estratégica 15.2

Evento de actores de inteligencia turística de las Islas Canarias

Se impulsará un evento anual de actores de inteligencia turística que permita poner en valor su aportación al desarrollo de productos y servicios del sector turístico y su imprescindible colaboración para la gestión eficiente del destino.

Este evento constituirá una oportunidad para compartir el Data Lake de datos turísticos y el Observatorio Turístico de las Islas Canarias, así como para que los actores den a conocer las líneas de actuación en el ámbito público y privado de la inteligencia turística. Un espacio de colaboración y alineación de líneas de trabajo en beneficio del destino.



Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 16. Observatorio Turístico de las Islas Canarias

El Observatorio Turístico de Canarias actuará como plataforma centralizada para la recopilación, análisis y difusión de datos y tendencias sobre el sector turístico de las Islas Canarias y del contexto global.

Integrará múltiples fuentes e indicadores referentes al bienestar ciudadano, impacto socioeconómico de la actividad del destino, ámbito medioambiental y comportamiento del viajero durante las diferentes fases del ciclo del viaje, proporcionando métricas que evalúen el impacto del turismo en la sociedad y el medioambiente.

Estos datos facilitarán la toma de decisiones de las empresas del sector e impulsarán un turismo sostenible y regenerativo.

Los datos de los distintos ámbitos y dimensiones del sector turístico serán aportados por múltiples actores públicos y privados mediante un ecosistema digital y de business intelligence que fomente la colaboración como estrategia.

Esto permitirá disponer de mayor velocidad de respuesta, anticipar tendencias, abordar nuevos desafíos y mejorar la competitividad del destino.

Dirección Estratégica 16.1

Mantenimiento perfectivo, adaptativo y correctivo del Observatorio Turístico de las Islas Canarias

Mantenimiento y evolución continuos del Observatorio Turístico de las Islas Canarias para garantizar su operatividad y relevancia.

La utilización de herramientas de IA hace especialmente importante mantener esta actualización ante la velocidad de las innovaciones.

Asimismo, la naturaleza continua de los datos y su utilización requieren la adopción progresiva de nuevas fuentes y la optimización de la experiencia de los diferentes tipos de usuarios.

Dirección Estratégica 16.2

Ampliación de las categorías de información y análisis del Observatorio Turístico de las Islas Canarias

Se incorporarán nuevas categorías de datos para completar el alcance inicial proyectado del Observatorio. El despliegue de estas categorías se realizará de manera progresiva durante el año 2026.

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 17. Plan de apoyo a la Conectividad Aérea

Dirección Estratégica 17.1
Modelo de diversificación de rutas

Se fomentará la conectividad con nuevos mercados mediante el impulso de rutas económicamente sostenibles y el establecimiento de alianzas estratégicas para garantizar la accesibilidad y competitividad del destino.

Se trabajará en colaboración con aerolíneas y operadores para promover rutas, incorporando análisis de casos de negocio y análisis predictivos que optimicen su planificación.

Esta estrategia mejorará la conectividad del destino Islas Canarias e impulsará su competitividad internacional, al tiempo que permitirá desarrollar nuevas rutas que diversifiquen los mercados emisores y reduzcan la exposición al riesgo vinculado a la concentración actual.

Dirección Estratégica 17.2
Estrategia de apoyo y/o incentivación para nuevas rutas aéreas

Se fomentará la conectividad con nuevos mercados mediante el impulso de rutas económicamente sostenibles y el establecimiento de alianzas estratégicas para garantizar la accesibilidad y competitividad del destino.

Se trabajará en colaboración con aerolíneas y operadores para promover rutas, incorporando análisis de casos de negocio y análisis predictivos que optimicen su planificación.

Esta estrategia mejorará la conectividad del destino Islas Canarias e impulsará su competitividad internacional, al tiempo que permitirá desarrollar nuevas rutas que diversifiquen los mercados emisores y reduzcan la exposición al riesgo vinculado a la concentración actual.

Dirección Estratégica 17.3
Apoyo a la Sostenibilidad medioambiental de la aviación comercial (SAF)

Se trabajará en campañas de sensibilización y promoción que informen sobre los beneficios del SAF para reducir las emisiones de carbono, posicionando el destino como pionero en medidas sostenibles aeroportuarias.

Se recurrirá a protocolos internacionales y se consolidarán alianzas estratégicas de colaboración públicoprivada para desarrollar proyectos piloto e impulsar el uso de SAF en rutas hacia las islas, al tiempo que se promoverán incentivos fiscales que contribuyan a la disminución de emisiones. Islas Canarias desempeñará un papel clave en la promoción de la sostenibilidad medioambiental de la aviación comercial mediante la adopción de combustibles sostenibles de segunda generación (SAF, Sustainable Aviation Fuel) y el impulso de prácticas más sostenibles en el transporte aéreo.

Estas acciones reforzarán el compromiso ambiental de Islas Canarias y su posicionamiento como destino innovador y ecológicamente responsable, alineándose con la medición, reducción y mitigación de emisiones en el sector aéreo.

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 18. Definición y despliegue plan de priorización de promoción de mercados

Dirección Estratégica 18.1**Establecimiento de un sistema ponderado de inversión para promover la diversificación de mercados.**

Se continúa con la diversificación de los mercados de origen. Aunque en los últimos años se han realizado avances significativos, aún existen mercados que concentran una exposición elevada.

Se persigue como objetivo la reducción de la exposición al riesgo mediante la diversificación de mercados. Por ello, se implementará un criterio de ponderación de inversiones en comunicación que impulse dicha diversificación, priorizando aquellos mercados con mayor potencial de crecimiento, mayor gasto medio, mayor afinidad hacia productos turísticos de perfil premium y mayor sensibilización con el cuidado del destino.

La inversión en estos mercados premium constituirá un eje prioritario dentro del modelo de distribución y planificación de recursos.



Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 19. Plan de apoyo a la gestión de la mejora de la comunicación de la experiencia turística

Dirección Estratégica 19.1

Definir los contenidos y las acciones de comunicación necesarias para la difusión del destino y la mejora de la experiencia turística

Se diseñará y desplegará una estrategia de comunicación claramente segmentada para los diferentes perfiles de viajeros (Sol y playa plus, Naturaleza, Turismo Activo...), con mensajes y contenidos específicos que respondan a sus necesidades de información en todas las fases de contacto con el destino, incluyendo comunicación sobre acción climática y seguridad.

Esta estrategia se orientará a mejorar la calidad, claridad y utilidad de la información en todas las fases del viaje, facilitando la toma de decisiones y enriqueciendo la experiencia turística de acuerdo con sus necesidades y preferencias.



Visión

Diagnóstico

Objetivos estratégicos

Ejes de actuación

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍA

EJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICA

EJE 3.
DIGITALIZACIÓN

EJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICA

EJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREA

**EJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA**

Iniciativa 20. Plan de Eventos y patrocinios y su comunicación

Dirección Estratégica 20.1

Actualizar el plan de eventos y patrocinios alineándolo a la estrategia general del destino

La actualización del Plan se basará en la estructuración, planificación y ejecución de eventos y patrocinios que permitan atraer visitantes y diversificar los segmentos de demanda.

Se impulsarán aquellos eventos relacionados con las principales motivaciones tractoras e intereses especiales, que generen impacto económico positivo para el territorio, que promuevan la sostenibilidad y turismo regenerativo, y que refuercen la imagen y posicionamiento del destino mediante la promoción de la cultura e identidades locales canarias.

Dirección Estratégica 20.2

Actualización del sistema de medición de la adecuación de los eventos y patrocinios

Se desarrollará un modelo de medición y evaluación que permita determinar la adecuación de eventos y patrocinios para el destino.

Este modelo considerará: 1) el impacto socioeconómico, 2) la diversificación de la demanda y desconcentración territorial, 3) el valor del evento/patrocinio para la marca Islas Canarias y 4) el impacto y contribución para la sostenibilidad del territorio.

Cada categoría estará compuesta por variables e indicadores que la entidad organizadora deberá evaluar mediante un formulario de cumplimiento.

Esta evaluación constituirá el principal mecanismo para determinar la adecuación del evento para el destino. Las variables y métricas utilizadas estarán alineadas con la consecución de los objetivos estratégicos del Plan Estratégico.

Dirección Estratégica 20.3

Elaborar un Plan de apoyo a la comunicación específico para el segmento MICE

Se apoyará la labor de los Convention Bureaus de las islas mediante el desarrollo de materiales de comunicación para su labor comercial.

El segmento MICE está conectado con el Bleisure (término que combina business y leisure), un colectivo que apoya la apuesta del destino por la premiumización. Se dispondrá de las herramientas de promoción y comunicación oportunas para favorecer la colaboración imprescindible en este segmento especializado.

Visión

Diagnóstico

Objetivos estratégicos

Ejes de actuación

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍA

EJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICA

EJE 3.
DIGITALIZACIÓN

EJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICA

EJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREA

**EJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA**

Iniciativa 21. Plan de acción para la profundización de la comunicación segmentada y personalizada

Dirección Estratégica 21.1

Ampliar las capacidades de personalizar comunicaciones (1st party data)

Se habilitarán estrategias para capturar información de primera parte (registros de identificación y datos declarativos proporcionados por los turistas) como base para una estrategia de comunicación personalizada. Se utilizarán estos registros y los datos recogidos a través de los canales propios del destino para conocer el comportamiento de cada visitante, así como sus motivaciones y actividades preferidas en cada etapa del viaje.

Esto permitirá avanzar en la definición de propuestas de valor ajustadas a cada perfil. La disponibilidad de información directa y detallada de cada turista permitirá desarrollar planes de comunicación personalizados, adaptados a sus preferencias, aumentando la relevancia de los mensajes y favoreciendo la fidelización de la demanda.

Las nuevas tecnologías y plataformas de marketing facilitan esta personalización, mejorando la experiencia y eficacia de la comunicación al adaptarse a los gustos e intereses específicos de cada viajero.

Más allá de las motivaciones principales que posicionan al destino, existen actividades vinculadas a segmentos específicos (kayak, ocio nocturno, vida hotelera o eventos) y otras transversales a distintos perfiles motivacionales (pasear, disfrutar de la gastronomía o descansar). Para una comunicación efectiva, se busca aterrizar estas diferencias y orientar contenidos personalizados que conecten con cada turista en función de su motivación y forma de viajar.

Dirección Estratégica 21.2

Desplegar planes de relación personalizados B2B y B2C (Captación, Relación)

El despliegue de los planes de relación personalizados B2B y B2C permitirá impulsar la eficacia de las relaciones comerciales con el sector y mejorar la experiencia y engagement de los viajeros con el destino. Se impulsarán iniciativas personalizadas en el ámbito B2B para fomentar relaciones con operadores, agencias, empresas tecnológicas y otros agentes clave.

Estas iniciativas se basarán en programas de colaboración, formaciones específicas para socios, uso compartido de herramientas tecnológicas para intercambiar datos e inteligencia de mercado, y creación conjunta de experiencias turísticas para los diferentes segmentos.

Se comunicarán mediante canales segmentados de comunicación propios y exclusivos para el público B2B. En el ámbito B2C, los planes de relación se basarán en la personalización de la experiencia del viajero en cada etapa de su customer journey.

Se desplegará un plan de contactos mediante herramientas de CRM que incluya recomendaciones de experiencias a partir del análisis de intereses, ofertas según su historial de interacción con los canales del ecosistema digital y contenido exclusivo para la planificación según su motivación de viaje. Este contenido generará afinidad con el destino, fortalecerá la fidelización y aumentará la satisfacción del viajero.

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 22. Plan de Premiumización de Islas Canarias y plan de comunicación específico

Dirección Estratégica 22.1

Incentivación de la actualización y/o premiumización de la oferta turística

Se promoverá la evolución de los servicios, experiencias y productos turísticos ofrecidos por las empresas del sector hacia unos estándares de calidad y exclusividad más altos para satisfacer las necesidades y las preferencias de los segmentos de demanda y los mercados con más poder adquisitivo.

La premiumización de la oferta irá enfocada a impulsar los valores asociados a la excelencia y la personalización del servicio, que asimismo tendrá un impacto en la mejora de la sostenibilidad económica, social y medioambiental del modelo turístico del destino.

Para poder alcanzar un mayor grado de premiumización, se llevará a cabo un plan de apoyo dirigido a empresas para la mejora de la infraestructura turística, juntamente con planes de desarrollo e impulso de nuevas experiencias turísticas premium y el despliegue de nuevas herramientas tecnológicas que refuercen la percepción de alto valor, exclusividad y diferenciación de la oferta turística canaria.

Dirección Estratégica 22.2

Plan de comunicación en mercados origen al segmento Premium

Se alcanzarán los segmentos y mercados premium mediante acciones de comunicación con impacto en los mercados de origen.

Esto incluirá la participación de Islas Canarias en ferias internacionales especializadas en turismo de alto valor económico, campañas dirigidas a segmentos de alto poder adquisitivo y la creación de narrativas y contenidos especializados que muestren los atributos de la propuesta de valor del destino.

La propuesta de valor y posicionamiento premium no se basará en la ostentación ni en el lujo material, sino en la exclusividad y autenticidad de una experiencia realizada en un entorno natural único y preservado, que permite al viajero desconectar, descansar y/o practicar sus aficiones en un destino con infraestructura turística de alto nivel de confort y sofisticación.

Se diseñará un plan de comunicación que aborde los mensajes y contenidos para cada fase del ciclo de viaje del turista premium, desde la inspiración hasta el regreso, generando una experiencia única y memorable.

Dirección Estratégica 22.3

Generar contenidos gráficos y audiovisuales para hacer un upgrade en la comunicación de todos los segmentos objetivo hacia un perfil más premium

La premiumización del destino requiere tanto la premiumización de la oferta como de su comunicación.

Se plantea complementar los materiales gráficos, redaccionales y audiovisuales existentes con nuevos contenidos que transmitan con mayor precisión los atributos del destino a destacar.

Para alcanzarlo, será necesario desarrollar nuevas producciones fotográficas y audiovisuales que amplíen y refuercen el material disponible en el Brand Centre de Turismo de Islas Canarias en la dirección deseada.

Visión

Diagnóstico

Objetivos estratégicos

Ejes de actuación

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍA

EJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICA

EJE 3.
DIGITALIZACIÓN

EJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICA

EJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREA

**EJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA**

Iniciativa 23. Actualización del posicionamiento de comunicación de la Marca Turismo de Islas Canarias

Dirección Estratégica 23.1

Redefinición del posicionamiento de la marca Turismo de Islas Canarias

Se asumirá un nuevo rol y posicionamiento que trascenderá del papel de entidad responsable únicamente del marketing y promoción del destino, convirtiéndose en organismo impulsor de un modelo turístico regenerativo, inteligente y de alto valor para el viajero, las empresas y la ciudadanía, mediante acciones como el desarrollo de productos digitales, impulso de la acción climática y soporte a la digitalización, entre otros.

Dirección Estratégica 23.2

Plan de implicaciones operativas de la actualización del posicionamiento

La actualización del posicionamiento requerirá incorporar nuevos ámbitos complementarios directamente vinculados con la actividad turística y la sostenibilidad del destino: digitalización, conservación, bienestar ciudadano, empleo y nuevas tecnologías.

Se desarrollará una estrategia operativa que integre enfoques de sostenibilidad, innovación y participación ciudadana, mediante colaboración con empresas, Administraciones públicas y agentes locales para impulsar iniciativas que beneficien a los actores clave del sector.

La estrategia incorporará nuevas tecnologías para la monitorización de aspectos críticos: gestión de flujos turísticos, reducción de la huella de carbono y mejora de la experiencia del viajero.

Dirección Estratégica 23.3

Roll-out local de la explicación de la actualización del posicionamiento

Se involucrarán a actores públicos y privados de forma colaborativa, transparente y estratégica para garantizar su comprensión, apoyo e implementación de esta actualización del posicionamiento.

Se organizarán sesiones informativas para presentar y detallar el posicionamiento, así como talleres prácticos para explicar a actores privados cómo adaptar la actividad turística a la actualización.

Se diseñarán canales de comunicación para compartir avances y se lanzarán campañas internas que destaquen los beneficios de la actualización para el sector y la ciudadanía.

Visión

Diagnóstico

Objetivos estratégicos

Ejes de actuación

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍA

EJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICA

EJE 3.
DIGITALIZACIÓN

EJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICA

EJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREA

**EJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA**

Iniciativa 24. Despliegue del nuevo posicionamiento de comunicación de la Marca turística Islas Canarias

Dirección Estratégica 24.1

Evento de presentación del nuevo posicionamiento de marca

Una vez completado el material de apoyo para la consolidación de la evolución del posicionamiento de comunicación de la marca Islas Canarias y de holaislascanarias.com, se organizará un evento de presentación conjunta.

Este evento permitirá la reunión del sector bajo el paraguas de la marca, la alineación de estrategias de comunicación con el resto de marcas turísticas públicas y privadas, y la proyección de una imagen coordinada hacia todos los públicos objetivo.

Dado que la marca turística Islas Canarias constituye patrimonio de toda la ciudadanía canaria, resultará especialmente relevante compartir en este contexto la evolución del posicionamiento, en el que la identidad del archipiélago y un enfoque de turismo responsable adquieren mayor relevancia, y donde la revitalización cede lugar al descubrimiento como elemento diferenciador.

Dirección Estratégica 24.2

Roll-out local con entes públicos y privados para explicación de la actualización del posicionamiento

Se involucrarán a actores públicos y privados de forma colaborativa, transparente y estratégica para garantizar su comprensión, apoyo e implementación de esta actualización del posicionamiento. Se organizarán sesiones informativas para presentar y detallar el posicionamiento, así como talleres prácticos para explicar a actores privados cómo adaptar 240 la actividad turística al nuevo posicionamiento.

Se diseñarán canales de comunicación para compartir avances y se lanzarán campañas internas que destaquen los beneficios del reposicionamiento para el sector y la ciudadanía.

Dirección Estratégica 24.3

Disponer de un espacio de Marca Islas Canarias en el ecosistema digital

Se dotará de un espacio propio dentro del ecosistema digital al nuevo posicionamiento de la marca Islas Canarias, junto con su historia y evolución.

Este espacio permitirá poner en valor sus orígenes, reconocer la contribución de los profesionales que han participado en su desarrollo, y consolidar su capacidad para generar valor para el destino.

Ejes de actuación | Iniciativas y direcciones estratégicas

EJE 1.
CIUDADANÍAEJE 2.
ACCIÓN CLIMÁTICAEJE 3.
DIGITALIZACIÓNEJE 4.
INTELIGENCIA TURÍSTICAEJE 5.
CONECTIVIDAD AÉREAEJE 6.
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN
EXPERIENCIA

Iniciativa 24. Despliegue del nuevo posicionamiento de comunicación de la Marca turística Islas Canarias

Dirección Estratégica 24.4

Documentar y difundir el recorrido histórico de la marca

Se dotará de un espacio propio dentro del ecosistema digital al nuevo posicionamiento de la marca Islas Canarias, junto con su historia y evolución.

Este espacio permitirá reconocer sus orígenes, valorar la contribución de los profesionales que han participado en su desarrollo, y consolidar su capacidad para generar valor para el destino diferenciador.





PLAN ESTRATÉGICO CANARIAS DESTINO 2025-2027

Actualización 2026 · Resumen ejecutivo