



Plan Estratégico Participativo Sostenible de Turismo de Santiago del Teide

Diciembre 2021

Proyecto:

“Plan Estratégico Participativo Sostenible de Turismo de Santiago del Teide”.

Ayuntamiento de Santiago del Teide.

Desarrollado por:

Innovaris S.L.

CIF: B-38.820.452.

C/ Villalba Hervás, nº2, Planta 2ª, Ofic. D, 38002, Santa Cruz de Tenerife.
Tel.: 922033300 - Fax: 922033323.

C/ Francisco Gourié, 107. Planta 2ª, Despacho 2, 35002, Las Palmas de Gran Canaria. Tel.: 928092900.



Diciembre 2021

AVISO EL SOBRE USO DEL LENGUAJE

El uso de un lenguaje que no discrimine ni marque diferencias entre hombres y mujeres es una de las preocupaciones de nuestra empresa. Sin embargo, aún no hay acuerdo entre los lingüistas para su correcta utilización en nuestra lengua. En ese sentido y con el fin de evitar la sobrecarga gráfica que supondría utilizar en castellano “o/a” para marcar la existencia de ambos sexos y dado que la “@” no está admitida para tal uso, en este documento se ha optado por utilizar el masculino genérico, entendiendo que las menciones en tal género representan hombres y mujeres.

Fuente de fotos: visitasantiagodelteide.com



CONTENIDO

Bloque 1: Diagnóstico4

1. Contexto externo: Tendencias del turismo post-COVID5

1.1. Aspectos económicos5

1.1.1. Paralización del sector5

1.1.2. Recuperación de la actividad6

1.1.3. Empleo turístico7

1.1.4. Oferta turística8

1.2. Aspectos medioambientales.....9

1.2.1. Crisis climática.....9

1.2.2. Reducción de emisiones en 20209

1.3. Aspectos socio-culturales10

1.3.1. Restricciones de viaje durante la pandemia10

1.3.2. Preferencias de los turistas11

1.4. Reacciones desde la oferta turística15

1.4.1. Transición ecológica – economía circular15

1.4.2. Digitalización17

1.4.3. Colaboración18

1.4.4. Promoción, diferenciación y posicionamiento del destino 19

1.4.5. Empleo decente19

1.5. Destinos (planificación y gestión).....20

1.5.1. Sanidad20

1.5.2. Gobernanza21

1.5.3. Sostenibilidad21

1.5.4. Innovación y tecnología21

1.5.5. Accesibilidad22

2. Planes con incidencia en el municipio23

3. Análisis interno de la situación en el municipio.....28

3.1. Situación geográfica28

3.2. Demografía28

3.3. Sectores de actividad31

3.3.1. Empleo34

3.4. Oferta turística.....36

3.4.1. Establecimientos.....36

3.4.2. Recursos y atractivos principales.....41

3.4.3. Equipamientos públicos.....43

3.5. Demanda turística44

4. Diagnóstico participativo	51	9. Índice de gráficos e ilustraciones	127
4.1. Encuestas online.....	51	9.1. Gráficos.....	127
4.2. Entrevistas en profundidad	54	9.2. Ilustraciones.....	128
4.2.1. Resultados de las entrevistas.....	56		
4.3. Sesión de trabajo.....	58		
5. Análisis DAFO	61		
5.1. Debilidades	61		
5.2. Fortalezas	62		
5.3. Amenazas	62		
5.4. Oportunidades	63		
6. Análisis CAME.....	66		
7. Objetivos y líneas estratégicas	68		
8. Plan de acción y hoja de ruta	69		
8.1. Plan de acción.....	69		
8.2. Ámbitos generales: naturaleza, economía y ODS	69		
8.3. Ejes Estratégicos	71		
8.4. Propuesta de acciones.....	71		
8.4.1. Fichas de acciones	73		
8.5. Hoja de ruta	122		
8.6. Mapa de calor	125		

Bloque 1:

Diagnóstico



1. Contexto externo: Tendencias del turismo post-COVID

La recuperación del turismo, sector clave para la economía mundial y fundamental para Canarias, dependerá en gran medida de aspectos ajenos al turismo como son la vacunación, el pasaporte sanitario, la movilidad aérea y marítima o las restricciones en origen y/o destino.

Existen una serie de retos que las empresas del sector turístico deben afrontar de manera uniforme y eficiente para satisfacer a la demanda de turistas y sus nuevas preferencias y necesidades.

Los cambios en el desarrollo del turismo y el turista post-COVID provocados por la pandemia serán de diversa magnitud pudiéndose distinguir entre **tendencias económicas, sociales y medioambientales**, algunas de las cuales ya se venían detectando en años anteriores y se han visto incrementadas.

A continuación, se detalla la corriente y tendencias identificadas del turismo y turista post-COVID en vistas a lograr una ventaja competitiva mediante la satisfacción de sus nuevas necesidades.

1.1. Aspectos económicos

Las restricciones provocadas por la pandemia han supuesto a nivel mundial que la coyuntura económica de personas, familias y negocios se haya visto afectada. La delicada situación del mercado de trabajo limita la posibilidad de viajar a personas de clase media, media-baja en un periodo corto/medio de tiempo.

1.1.1. Paralización del sector

El turismo es uno de los sectores que más aporta al PIB mundial, con un 10,3% estimado en 2019 (aproximadamente 8,9 trillones de dólares). Ese mismo año, a nivel mundial, los ingresos por turismo fueron de 1.494 mil millones de dólares.

En 2020, la caída de llegadas internacionales ha supuesto una **pérdida estimada en el PIB global de más de 2 mil millones de**

dólares estadounidenses, así como un descenso de 1,1 mil millones de dólares de ingresos turísticos, según ha publicado la OMT.

Se ha generado una **paralización del sector turístico sin precedentes a nivel mundial**, que puede comprobarse en los números provistos por la OMT¹. Este organismo cifra en **381 millones las llegadas de turistas internacionales** ese año, lo que supone **un 74% menos que en 2019** (1.080 millones). En **Europa** hubo un **70% menos** de llegadas internacionales **en 2020** (de 746 a 221 millones).

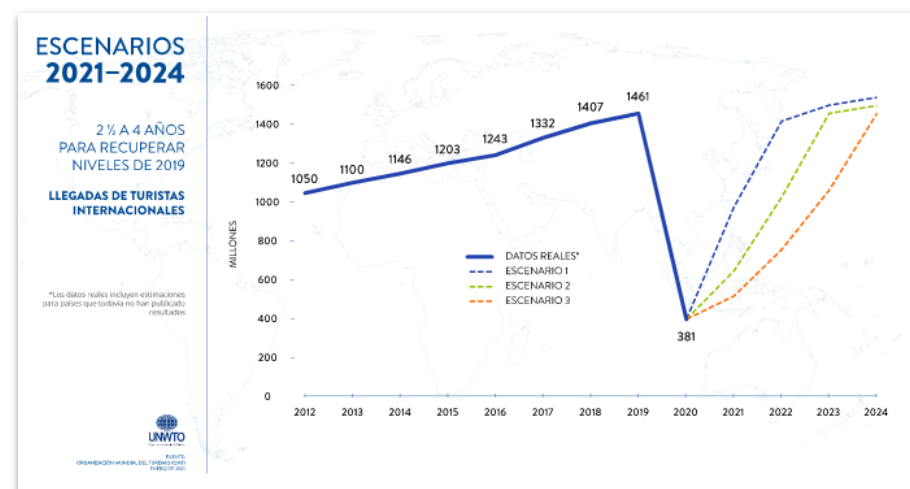
Estos números confirman el **descenso generalizado en el número de llegadas turísticas y, por tanto, en la actividad del sector**.

1.1.2. Recuperación de la actividad

Se espera una **recuperación a medio – largo plazo del turismo a nivel mundial**, según la OMT. En un primer momento, los expertos vaticinaban un repunte de la actividad a nivel global para 2021, pero

en el último Barómetro del Turismo Mundial, las perspectivas han empeorado y esta recuperación se sitúa en 2022.

A largo plazo, aunque las opiniones de los expertos varían, existe un consenso sobre que, en cualquier caso, **conllevará varios años recuperar la actividad a los niveles de 2019**. Un 43% de los encuestados por la OMT considera que será antes de 2023 y un 41% que será en 2024 o después.



Fuente: OMT (<https://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020>)

¹ <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>

Si nos centramos en **Europa**, los expertos son algo más optimistas, considerando que el 48% esperaba un repunte de actividad en el tercer trimestre de 2021, mientras que un 38% indica que en 2022. Algo parecido ocurre con la idea de la recuperación a niveles pre-pandémicos, en Europa, un 51% de los expertos indicaron que sería en 2023 y un 35% en 2024.

Analizando la **situación regional**, la Comunidad Autónoma de Canarias señala el mayor impacto económico provocado por el coronavirus, junto con Baleares, siendo Canarias la Comunidad con mayor número de personas que no se encuentran trabajando, ya sea por ERTE o paro.

Esta situación, se debe tener en cuenta a la hora de comercializar la venta de productos y servicios, observando que la demanda nacional e insular se puede resentir debido al impacto económico de la pandemia.

1.1.3. Empleo turístico

Según la World Travel and Tourism Council², en 2019 había, aproximadamente, 330 millones de empleos directos en el mundo en turismo (de los cuales, un 54% eran mujeres, según datos publicados por la OMT³). 1 de cada 10 dependían directamente del sector.

Con la disminución de la actividad turística que hubo en 2020, se prevé que **entre 100 y 120 millones de empleos turísticos directos estén en riesgo** (OMT), lo que supone también una **pérdida de la capacidad adquisitiva** de muchas de esas personas.

A esto hay que añadir que, tradicionalmente, en el sector turístico se dan dos circunstancias con respecto a la calidad del empleo generado:

- ✓ **Empleo poco cualificado:** si bien hoy en día existe formación específica para muchos de los puestos de trabajo y cada vez más, se tiende a la profesionalización del sector, sigue

² <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>

³ <https://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020>

existiendo una cierta tendencia a perfiles no cualificados. Esto impacta, junto con otras circunstancias, en las condiciones laborales de las personas trabajadoras en turismo.

- ✓ **Sobrecualificación de las personas empleadas:** otra característica que se distingue en el mercado de trabajo turístico es la incorporación de personas que no han estudiado una formación acorde con el puesto de trabajo o que provienen de otras ramas de conocimiento y disponen de una formación por encima de lo requerido para el desempeño del puesto de trabajo.

1.1.4. Oferta turística

Debido a la disminución del número de turistas y las restricciones de movimiento, hay una **gran crisis en el sector de alojamiento y**

hostelería, donde se está produciendo el cierre de establecimientos y la venta de hoteles.

Hay productos turísticos que están notando más esta crisis, si cabe. Por ejemplo, se ha producido un descenso en el turismo MICE⁴, con un mayor uso de reuniones virtuales, y se espera que sea el último sector en recuperarse⁵. No obstante, otros productos, como el turismo Premium o de lujo pueden tener un aumento, debido a que los turistas buscarán privacidad y servicios exclusivos. En otros productos, como los cruceros, se están adaptando los recursos (en este caso, los barcos) a las recomendaciones sanitarias para evitar contagios.

Se está produciendo un aumento en las ayudas públicas (financiación y mejoras fiscales) al sector, necesarias para su recuperación, dada la magnitud de la crisis producida por la pandemia.

⁴⁴ https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/024680_el-futuro-del-turismo-tendencias-y-retos-para-2021.html

⁵ https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/024681_las-agencias-de-viajes-de-sevilla-renuevan-su-junta-directiva.html

1.2. Aspectos medioambientales

1.2.1. Crisis climática

A nivel global estamos frente a una crisis climática, cuya urgencia se ha visto en cierta medida desplazada por la crisis sanitaria y económica. Se estima que **el calentamiento global podría aumentar más de 3,2 grados centígrados este siglo**, por encima de la marca establecida en el Acuerdo de París (mantener ese incremento en 1,5 grados de aquí a 2050)⁶.

Según el *Informe sobre la Brecha de Emisiones* de la ONU, para llegar a cumplir ese objetivo, **es necesario reducir las emisiones a 25 gigatoneladas para 2030**, pero si se continúa como hasta ahora, se podrían alcanzar las 56 Gt CO₂e. Por ello, es especialmente importante el control de las mismas.

⁶https://www.unep.org/interactive/emissions-gap-report/2019/report_es.php

⁷<https://news.un.org/es/story/2020/12/1485312>

⁸<https://www.dw.com/es/onu-las-emisiones-de-co2-caer%C3%A1n-un-7-este-a%C3%B1o-en-el-mundo-a-cause-de-la-pandemia/a-55880661>

La recuperación sostenible podría apoyar este objetivo, reduciendo hasta en un 25% las emisiones de gases de efecto invernadero previstas para 2030⁷.

1.2.2. Reducción de emisiones en 2020

En el año 2020, se estima que hubo un 7% de reducción de las emisiones de CO₂ (uno de los principales gases de efecto invernadero) en el mundo⁸, como consecuencia de las restricciones, reducción de viajes, menor actividad industrial y menor generación eléctrica, según datos publicados por la ONU. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente

En Europa, la drástica disminución de viajes (54,5% menos que en 2019), en 2020 supuso una reducción de un 56,9% en las emisiones de CO₂ de los vuelos con salida en Europa⁹, en comparación con

⁹<https://www.hosteltur.com/142056-las-emisiones-de-co2-de-vuelos-europeos-caen-un-57-en-2020-por-la-parada.html>

2019 (Agencia europea para la seguridad de la navegación aérea Eurocontrol¹⁰).

No obstante, dado que se trata de una reducción puntual, **debe continuarse el trabajo con políticas y acciones reales** que mantengan la reducción de emisiones a largo plazo, teniendo en cuenta que **el transporte marítimo y aéreo representan el 5% de las emisiones mundiales**¹¹.

1.3. Aspectos socio-culturales

En esta situación, las necesidades e intereses de los turistas han cambiado. Por un lado, la **disposición a viajar**, aunque sigue siendo positiva, registró una disminución durante los meses de 2020. Con referencia a la edad, los jóvenes mostrarán una mayor tendencia a viajar, eligiendo lugares más lejanos, y serán los residentes en ciudades y rentas altas los que más disposición a viajar tendrán.

1.3.1. Restricciones de viaje durante la pandemia

Hay un **cambio desigual en las restricciones de viaje**. Mientras en algunos países estarán vigentes durante más tiempo¹², en otros se han empezado a flexibilizar antes y hay diferencias, incluso, dentro de los mismos países.

En España las restricciones de entrada de turistas procedentes de mercados clave, como el británico, han cambiado de forma

¹⁰ <https://www.eurocontrol.int/publication/eurocontrol-data-snapshot-co2-emissions-flights-2020>

¹¹ <https://www.pactomundial.org/2021/01/las-politicas-adecuadas-podrian-reducir-hasta-25-las-emisiones-previstas-para-2030/>

¹² <https://www.oaky.com/blog/revenge-travelling-after-covid-19#travel-after-covid>

constante por la evolución de los contagios y la aparición de nuevas variantes del virus. Se genera, por tanto, incertidumbre acerca de las posibilidades reales de viaje disponibles para la demanda turística.

Además, se solicitan **requisitos de viaje** como pruebas de diagnóstico para la COVID-19, vacunación y / o cuarentena a la llegada. En Europa, como respuesta para intentar afrontar esta situación, se ha aprobado el 20 de mayo de 2021 el **Certificado COVID Digital**, para facilitar la libertad de movimientos en el continente durante la pandemia de la COVID – 19. Este certificado será una prueba de que una persona ha sido vacunada contra la enfermedad, se ha recuperado de la misma o se ha sometido a un test de diagnóstico y ha dado negativo.

Se prevé que esté disponible en verano de 2021 y, en España, será emitido por las Comunidades Autónomas, según se ha aprobado a finales de mayo de 2021.

1.3.2. Preferencias de los turistas

La incertidumbre creada por la pandemia lleva a que los turistas prefieran **viajar a destinos cercanos o a lugares con conexiones directas**¹³. Se busca poder volver en caso de necesidad de una forma rápida, viajar a destinos conocidos, en los que hay una mayor percepción de seguridad, y reducir el uso del avión (emisiones de CO2).

Por ello, se espera una **recuperación más rápida del turismo nacional**, antes que los viajes internacionales y una mayor valoración de la flexibilidad en las condiciones de cancelación y cambio de las reservas.

Se espera que el turista apueste **lugares sin masificación**, por lo que hay muchos turistas que buscarán viajar fuera de temporada alta y a destinos alejados de los núcleos tradicionales de turismo,

¹³ <https://www.aprendedeturismo.org/como-sera-el-turismo-en-2021-parte-i-de-ii/>

aunque sigan existiendo turistas que buscarán conocer nuevos lugares a través de viajes largos a destinos exóticos.

Hay una **mayor conciencia medioambiental**, por lo que se tiene más en cuenta el impacto generado en el medioambiente y la sostenibilidad de los proveedores turísticos a nivel general. A este respecto, se identifica un nicho de mercado en los viajeros sostenibles. Para este grupo, el transporte sostenible, la utilización de recursos no reutilizables y productos ecológicos tendrán alta importancia en la percepción y satisfacción de su viaje. Además, se identifican como personas curiosas con el destino, consumiendo productos locales, buscando experimentar las costumbres local y observador por la artesanía.

Además, en ocasiones, esta conciencia medioambiental puede ser un factor de exclusión a la hora de seleccionar la oferta turística. Es decir, **las empresas turísticas deben cumplir criterios de sostenibilidad**, no es un factor de diferenciación.

El auge de los movimientos ecologistas ha provocado también el **Flygskam**, traducido al español como “vergüenza a volar”. Este movimiento, nacido en Suecia, proclama no utilizar el avión como medio de transporte y sustituirlo, en su caso, por el tren, disminuyendo así las emisiones de CO2. En ese país el Flygskam ya supuso un descenso en las reservas de vuelos en 2019 (ese año se registraron 4% menos de vuelos en los aeropuertos del país¹⁴, que se han atribuido a este movimiento).

A estas tendencias se une la **preocupación por la salud y los espacios cerrados**. Por ello, se espera que la tendencia general, al menos en 2021, sea un mayor uso del coche como medio de transporte, evitando el avión y el tren, para evitar medios de transporte masivos, y una reducción de los viajes en grupo con desconocidos.

Se prevé que los turistas demanden **actividades de turismo en la naturaleza y al aire libre** (OMT). Las actividades y servicios en

¹⁴ <https://www.ecologistasenaccion.org/139557/flygskam-la-verguenza-de-volar/>

entornos al aire libre serán demandados por el turista post-covid, que identifica los espacios abiertos a una medida de protección y libertad, sin perder la demanda del componente atractivo y de satisfacción que le brinda el turismo.

Los turistas buscarán seguridad, siendo más desconfiados, en temas sanitarios y calidad de productos y servicios de consumo. Además, esperarán que se puedan realizar las **gestiones de forma digital**, siendo indispensable una buena conexión a internet durante el viaje.

Como consecuencia de la **mayor demanda de seguridad**, se espera un **aumento en el uso del paquete de viaje** como forma de organizar las vacaciones, realizando, además, un solo viaje, en lugar de 3 o 4 viajes cortos al año. Buscarán **más flexibilidad en las condiciones de contratación**, necesaria para poder hacer cambios, cancelaciones y reembolsos en caso necesario. Acorde con la idea general, éstos deben poder hacerse rápidamente y de forma automática.

Relacionado a lo anterior, hay una tendencia que se ha identificado y llamado como **“revenge travel”**. Hace referencia al aumento de la intención de viaje de las personas, tras estar mucho tiempo con

restricciones a la movilidad. Se alinea con la idea de planificar con más tiempo las vacaciones y apostar por un gasto mayor, ya que se dispone del ahorro suficiente tras las restricciones.

Se buscará **más información sobre el destino** y se contratará más seguros de viajes, para afrontar imprevistos. No obstante, debido a la incertidumbre, podrán aumentar también las reservas de última hora, y se ha registrado la quiebra de touroperadores tradicionales.

Se espera un **aumento en la reserva de actividades en origen**, de forma que el viaje esté plenamente planificado antes de salir hacia el destino, y una búsqueda mayor de servicios personalizados. **Aumentará la demanda de experiencias en destino que sean exclusivas o en grupos pequeños** y habrá un mayor interés por la salud, reflejado en la búsqueda de gastronomía saludable y que no use productos químicos (productos de agricultura ecológica, locales, de temporada, etc.).

En relación al precio, se buscará la **mejor relación calidad – precio**, atendiendo a conseguir el mayor rendimiento con el presupuesto disponible, lo que conlleva que los servicios turísticos tendrán que ofertar una mayor calidad. La situación económica, conlleva a una

contundente declinación hacia el ahorro económico, por lo tanto, será necesario unificar esfuerzos y decisión para tomar decisiones en conjunto, con el objetivo de ajustar esta característica a la evolución y bolsillo de la demanda. Además, se pagará más con tarjeta o con el móvil, evitando el pago en efectivo.

No obstante, **personas de alto poder adquisitivo y potencial de viajar constituirán una fuente de demanda y reactivación hacia el sector turístico**, por lo tanto, en el ámbito de las empresas turísticas deberán asociarse para diseñar, potenciar y comercializar eficientemente productos y servicios que satisfagan las necesidades de dichos turistas, entre las que debemos añadir exclusividad, privacidad, aislamiento y contacto con la naturaleza, tendencias demandadas por parte de este segmento de turistas, requerimientos emergidos o potenciados por los efectos de la pandemia.

También se da la tendencia denominada **Staycation**, por su acrónimo en inglés, que se basa en quedarse en casa, mientras se realizan actividades de ocio en lugares cercanos. Se puede aprovechar para visitar una ciudad patrimonio de la Humanidad

situada cerca de la vivienda, o visitar un SPA o centro de bienestar, pasar el día en un parque natural, etc.

Esta tendencia nació tras la crisis de 2008 en Estados Unidos, donde hubo muchos que no pudieron salir de vacaciones y se fomentó el realizar actividades de ocio activo durante una época seleccionada.

En relación al **alojamiento**, se buscarán establecimientos pequeños en entornos naturales o rurales, o viviendas y apartamentos turísticos. También aumenta el intercambio de casas y el co-living. Las propias características del turismo rural en espacios abiertos en concordancia con el turismo de naturaleza, alejados de grandes núcleos poblacionales serán demandados por las nuevas tendencias y necesidades turísticas, que buscarán protección y experiencias turísticas.

Se ha incrementado una tendencia que ya venía existiendo en años anteriores, el **crecimiento de los nómadas digitales**: personas que trabajan a distancia, viajando en temporadas a diferentes lugares del mundo. Enclavados en un nuevo paradigma laboral, con puestos profesionales más diversos, jornadas de trabajo más flexibles y sin tener una zona de trabajo determinada, las personas que

teletrabajan tienen unos requerimientos distintos para desempeñar sus funciones fuera de su entorno habitual. Son necesarias unas condiciones óptimas de internet y un espacio de trabajo cómodo. Este segmento de turista invierte sus recursos económicos en: alojamiento, transporte, alimentación y ocio entre otras necesidades. Además, su estancia suele superar a la estancia media en destino y sus motivaciones y expectativas en el destino suelen ser altas. Por ello, es necesario planificar una acción conjunta para potenciar la llegada de estos turistas, wifi-gratuito, precios ajustados para largas estancias, espacios comunes de trabajo, etc.

El impacto de la pandemia ha concienciado a la población, o al menos un segmento de ella, sobre la desigualdad a nivel global.

Este segmento de turistas no solo busca experimentar en el destino, sino que, en cambio, está motivado por ser parte de la evolución en el mismo, mediante actos como proteger zonas perjudicadas por la contaminación, protección y promoción de especies autóctonas, involucrarse con la población nativa, comunidad LGTBI, etc. Además, de ser responsables y respetuosos con el destino, poseen capacidad

de influencia mediante redes de comunicación: blogs, redes sociales u organizaciones.

1.4. Reacciones desde la oferta turística

A los nuevos modelos de negocio, se han unido nuevos players en el sector, como ocurre con los fondos de capital riesgo, start-ups, multinacionales tecnológicas, sociedades de inversión inmobiliaria, etc., que se integran ahora en tendencias como:

1.4.1. Transición ecológica – economía circular

En las empresas turísticas, se busca reducir la dependencia de combustibles fósiles, a la vez que se aumenta el uso de energías renovables; reducir el consumo de agua y los residuos generados, así como proteger los ecosistemas y su biodiversidad. A nivel general:

- Eficiencia energética y uso de renovables¹⁵: se promueven con el objetivo de reducir el consumo de combustibles fósiles, responsables de las emisiones de CO₂.
- Compensar emisiones de CO₂: la idea es que las emisiones que se produzcan se puedan compensar con otros sistemas. El Protocolo de Kioto estableció en este sentido los Mecanismos de Desarrollo Limpio (MDL).
- Conservar y mejorar los “sumideros de carbono”: bosques y océanos funcionan como sumideros de CO₂ y mantenerlos evita que parte de las emisiones lleguen a la atmósfera.
- Transformar los patrones de consumo y el transporte marítimo y aéreo¹⁶: con iniciativas como cambiar los vuelos domésticos de corta distancia por viajes en tren o crear incentivos e infraestructuras para una movilidad sostenible.

- Se debe trabajar en la sensibilización ambiental a la población, para reducir su consumo y, de forma paralela, en la mejora de la eficiencia en el uso de recursos.
- Reducir los residuos: a nivel general, se promueve la reducción de residuos, tanto porque se reutilicen los materiales, como porque se puedan reciclar o reducir el consumo de bienes.

Por parte de profesionales del sector, se ha puesto en marcha la Comunidad #turismoreset¹⁷, elaborando el [Manifiesto por un Turismo comprometido con la Sostenibilidad](#). En él, se declara que el turismo debe apostar por el desarrollo económico sostenible, promoviendo la igualdad y las condiciones laborales dignas, generando mejoras en la calidad de vida, respetando la conservación de los recursos ambientales y biodiversidad y reduciendo la contribución al cambio climático, así como

¹⁵ <https://www.cicconstruccion.com/texto-diario/mostrar/2741783/celebracion-dia-mundial-reduccion-emisiones-dioxido-carbono>

¹⁶ <https://www.pactomundial.org/2021/01/las-politicas-adecuadas-podrian-reducir-hasta-25-las-emisiones-previstas-para-2030/>

¹⁷ <https://www.aprendedeturismo.org/como-sera-el-turismo-en-2021-parte-ii-de-ii/>

preservando la identidad cultural de los territorios. Todo ello apoyado en la gobernanza, como base para la gestión de las comunidades locales en el centro de la planificación.

1.4.2. Digitalización

Ante los requisitos de la demanda turística y la amenaza del cambio climático, la oferta turística ha de reaccionar. Ya no se trata de adaptarse, de forma pasiva a lo que pide la demanda, sino de dar un paso al frente y aprovechar las oportunidades que ofrece la digitalización en ámbitos clave: eficiencia energética, comercialización y promoción, atención personalizada al cliente, etc.

El e-commerce ha tenido un auge muy importante en los últimos años, que se ha visto reforzado e impulsado por la pandemia. Actualmente no se concibe la empresa sin disponer de un canal online de promoción y venta y, además, se usan cada vez más los dispositivos móviles, buscando una inmediatez de respuesta en la oferta.

Para ello, las empresas tienen a su disposición la automatización de tareas y servicios o tecnologías como la inteligencia artificial y el

machine learning (estos últimos, que permiten la personalización del servicio y la promoción turística a niveles antes insospechados). La automatización de servicios reduce costes a las empresas y provee de un mejor servicio a los clientes.

Las aplicaciones móviles dan la posibilidad de un contacto más directo con el cliente y permiten ofrecer servicios de reservas, check in, etc. Asimismo, los nuevos servicios, necesarios en la “era COVID-19”, como los testeos rápidos de la enfermedad en aeropuertos, permitirán recuperar la confianza. Serán normales las tecnologías biométricas para identificar a personas y se identifica una tendencia al uso de sistemas sin contacto. Se usará la voz o la propia imagen como método de autenticación para ciertos servicios o funcionalidades (abrir la puerta de la habitación o controlar dispositivos como la televisión, la alarma o el aire acondicionado).

El desarrollo de las redes de comunicación 5G potencia el uso del Internet de las cosas y facilita el desarrollo de contenidos para la experiencia turística, gracias a la realidad aumentada y virtual.

Todas estas mejoras tecnológicas permitirán una mayor productividad en las empresas, así como una mayor innovación en

servicios y productos ofrecidos, y una mayor robotización en sectores como los transportes, la logística y hotelería.

Paralelamente, se da la necesidad de cambiar la cultura empresarial, dirigiendo la empresa hacia la economía digital y formando a directivos y empleados en el buen uso de las TIC's.

Uno de los aspectos en los que se nota la influencia y posibilidades de la digitalización es el marketing, donde se aprecian algunas tendencias que ya han venido existiendo en el pasado, como el foco en las personas, más allá de entidades o clientes, con una apuesta por humanizarlo y hacerlo también más transparente.

Es necesario también estar en varios canales de promoción y venta, para transmitir seguridad, así como conocer mejor al cliente.

Dada la importancia de la sanidad y seguridad actuales, la promoción debe también vincularse a las medidas adoptadas por la empresa turística para garantizarlas, y los agentes relacionados con la organización de viajes deberán conocer las restricciones de viaje en los diferentes países para poder atender adecuadamente a los turistas.

1.4.3. Colaboración

En relación con la tendencia anterior, se debe unificar los esfuerzos en la esfera promocional entre empresas y organizaciones del destino, para llevar conjuntamente una línea identificativa en las diferentes webs que se utilicen, espacio en el que se debe lograr una alineación de productos, servicios e información correspondiente a como se desee que se perciba el destino por parte del turista.

Es necesario trabajar en conjunto, integrando diferentes partes de la cadena de valor turística a través de la colaboración. Por ejemplo, para ofrecer nuevos servicios y actividades adaptadas a los turistas, un alojamiento puede establecer acuerdos con proveedores de experiencias que complementen el viaje.

El turista busca, precisamente, servicios especializados y personalizados, por lo que es una estrategia recomendable la adopción de estos acuerdos para ampliar la oferta. A nivel de destino, se promueve también la creación de productos turísticos adaptados a diferentes nichos de mercado y con participación público-privada.

En el Manifiesto por un Turismo comprometido con la Sostenibilidad se establece la necesidad de asegurar que las comunidades locales se beneficien del desarrollo turístico. Para ello es necesario que las entidades y empresas (muchas de ellas PYMES) que participan del sector turístico vean ampliada su participación en las políticas del destino, así como su propuesta de valor a través de la colaboración con las demás.

1.4.4. Promoción, diferenciación y posicionamiento del destino

Ante un mercado turístico tan competitivo, aún más si cabe por la necesidad de reactivación económica, para lograr tal objetivo será fundamental un buen posicionamiento SEO, la diferenciación, rapidez y adaptabilidad para otros dispositivos móviles se presentan aspectos claves en el éxito del destino.

¹⁸ https://www.hosteltur.com/183680_empleo-turistico-espana-cantidad-calidad.html

1.4.5. Empleo decente

En el sector turístico el empleo tiende a ser estacional, por la propia naturaleza de la actividad, y suele verse rodeado de condiciones inferiores a otros sectores (salarios bajos, sobrecualificación, etc.). Son muchas las voces que, desde hace tiempo¹⁸, ponen el foco en la importancia de solucionar estas dificultades para los trabajadores y la mejora en la calidad del servicio ofertado.

Esto era así en momentos de gran auge turístico, donde la demanda siempre aumentaba. Ahora, con la crisis del sector y la importancia del mismo en términos de cantidad de empleo que puede perderse si no se recupera adecuadamente la actividad, hay una tendencia aun mayor hacia establecer condiciones de calidad para el trabajo¹⁹²⁰. Para conseguirlo, se proponen una serie de ideas, como

¹⁹ <https://nuevatribuna.publico.es/articulo/actualidad/pandemia-poscovid19-turismo2020-propuesta-ccoo-turismo-calidad-empleo-calidad/20200616114425176159.html>

²⁰ <https://www.pactomundial.org/2018/10/turismo-sostenible-el-empleo-de-calidad-como-factor-de-exito/>

la desestacionalización de la demanda a través de la diversificación de servicios y productos.

De forma paralela a la digitalización y la apuesta por un turismo más verde, se da la necesidad de formar a las profesionales del sector. Hoy en día se apuesta por la inversión en profesionalización de los recursos humanos en materias específicas, así como el reciclaje profesional de las personas empleadas en el sector.

1.5. Destinos (planificación y gestión)

1.5.1. Sanidad

Se continúan los planes de vacunación en los diferentes países, empezados a principios de año. Se tiene confianza en que la vacunación de la mayor parte de la población de aquí a verano, al menos en los países europeos y en los de alto índice de desarrollo.

Asimismo, se está estudiando la implantación de un “pasaporte sanitario”, que permita a los turistas viajar con la información necesaria sobre su estado de salud, pruebas PCR y vacunación contra el COVID – 19 al día.

Es más, desde Hosteltur²¹, por ejemplo, se señala que, aunque la pandemia remita, los viajeros seguirán concienciados con las precauciones a las que nos hemos acostumbrado para la COVID – 19 (medidas de salud e higiene, distancia social, etc., se quedarán un tiempo).

²¹ https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/024680_el-futuro-del-turismo-tendencias-y-retos-para-2021.html

1.5.2. Gobernanza

A nivel de destino turístico ha habido cambios en los enfoques de planificación y gestión desde la administración pública. En general, una mayor apuesta por la gobernanza compartida con el sector privado, que ya se venía trabajando en los años anteriores y ahora se ve acelerada por las necesidades de hacer frente a retos globales.

Esto necesita de un buen conocimiento de los actores presentes en destino, así como del trabajo conjunto con ellos para la reactivación de la actividad.

Asimismo, también se ha vuelto necesario aumentar la resiliencia frente a los posibles cambios en la demanda producidos por las catástrofes naturales o epidemias. Actualmente, deben afrontar el miedo a viajar o visitar lugares masificados o en los que haya muchas personas²². En esta línea, se aprecia una mayor apuesta por incidir en la seguridad de los productos y experiencias que ofrecen, así

como unas estrategias de marketing más atrevidas (para atraer a más turistas).

Se constata un aumento de la inversión, tanto desde el punto de vista privado (modernización de la planta turística), como desde lo público (modernización de espacios públicos e inversiones para ayudar al sector turístico).

1.5.3. Sostenibilidad

Al igual que ocurre con la oferta privada, los destinos también se enfrentan a los retos del cambio climático, por lo que la apuesta por la sostenibilidad es clave para la recuperación tras la crisis del COVID – 19.

1.5.4. Innovación y tecnología

Asimismo, las nuevas formas de relación con el turista piden una digitalización en los destinos, no solo de la oferta turística, sino de la

²² <https://www.aprendedeturismo.org/como-sera-el-turismo-en-2021-parte-ii-de-ii/>

promoción y comunicación del destino y de los mecanismos de información al turista.

Algunas voces ponen el foco también en trabajar el ámbito de los usos turísticos y residenciales, apostando por una concienciación del turista para que respete a las comunidades donde viaja.

1.5.5. Accesibilidad

Otro de los aspectos a tener en cuenta a la hora de crear un destino turístico inteligente es la accesibilidad. Según la OMT, turismo inclusivo o accesible es aquel que busca adecuar los entornos, productos y servicios turísticos de manera que permitan el acceso, uso y disfrute a todas las personas, en igualdad de oportunidades, de forma segura, cómoda, autónoma y normalizada. La apuesta por el turismo accesible puede generar ventajas competitivas y oportunidades de negocio.

2. Planes con incidencia en el municipio

Se ha realizado un análisis documental en el que, sin ánimo de ser exhaustivos, se destacan aquí los principales planes y documentos de interés para el desarrollo de este plan estratégico.

Por un lado, con respecto a proyectos realizados en destino, destacaría el **Proyecto ECOTUR**, proyecto con financiación europea, cuyo objetivo principal se estableció como *Conservar y Proteger el medio ambiente y promover la eficiencia de los recursos, mediante la creación de nuevos productos y servicios*.

Asimismo, destaca especialmente, por su relevancia en el ámbito del turismo, la **Red de Destinos Turísticos Inteligentes**, impulsada por SEGITTUR y a la que Santiago del Teide pertenece desde finales de 2020.

Otras redes y planes que tienen influencia importante en el municipio son el **Plan de Modernización, Mejora e Incremento de la Competitividad de Puerto Santiago** (que incluye los municipios

de Santiago del Teide y Guía de Isora), así como el **Pacto de las Alcaldías de Tenerife para el Clima** y la Energía.

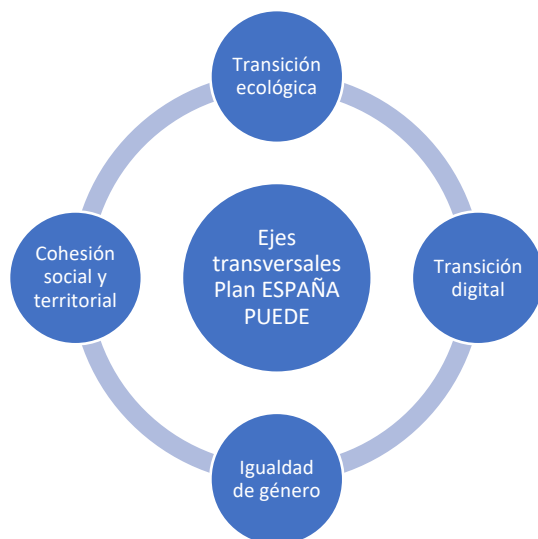
Por otro lado, como **planes y proyectos generales de gran interés e influencia en el destino**, destacan los siguientes:

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia ESPAÑA PUEDE

España ha aprobado el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia ESPAÑA PUEDE. Éste alinea su estrategia con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU y corresponde a la respuesta nacional a la situación generada por la pandemia.

Se estructura en **4 ejes transversales**, que definen la transformación esperada de la economía y suponen la base sobre la que el Gobierno articula su estrategia de política económica:

Ilustración 1: Ejes transversales del Plan ESPAÑA PUEDE



Fuente: Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia ESPAÑA PUEDE. Elaboración propia.

Se definen, asimismo, **10 políticas palanca**, que integran 30 proyectos (líneas de acción), y serán las que marquen las prioridades para los próximos años:

- ✓ Agenda Urbana y Rural, lucha contra la despoblación y desarrollo de la agricultura.
- ✓ Infraestructuras y ecosistemas resilientes.
- ✓ Transición energética justa e inclusiva.

- ✓ Una administración para el siglo XXI.
- ✓ Modernización y digitalización del tejido industrial y de las PYME, recuperación del turismo e impulso a una España nación emprendedora.
- ✓ Pacto por la ciencia y la innovación. Refuerzo a las capacidades del Sistema Nacional de Salud.
- ✓ **Educación y** conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades.
- ✓ Nueva economía de los cuidados y políticas de empleo.
- ✓ Impulso de la industria de la cultura y el deporte.
- ✓ Modernización del sistema fiscal para un crecimiento inclusivo y sostenible.

Plan REACTIVA Canarias

En Canarias se firmó el **Pacto para la Reactivación Social y Económica** el 30 de mayo de 2020, gracias al cual se aprobó, posteriormente, el Plan para la Reactivación Social y Económica de Canarias (Plan Reactiva Canarias).

El Pacto para la Reactivación Social y Económica de Canarias incorpora **siete prioridades estratégicas** y 122 ejes de actuación, que se desarrollan en el plan.

Ilustración 2 Prioridades estratégicas del Plan REACTIVA Canarias:



Fuente: Plan REACTIVA Canarias

Las prioridades estratégicas se articulan en torno a ejes de actuación y están relacionadas con:

- ✓ Prioridad estratégica 1: Mantenimiento de los servicios públicos fundamentales.
- ✓ Prioridad estratégica 2: Refuerzo de nuestras capacidades sanitarias y sociosanitarias.
- ✓ Prioridad estratégica 3: atención y apoyo a las personas vulnerables
- ✓ Prioridad estratégica 4. Mantenimiento y recuperación del empleo
- ✓ Prioridad estratégica 5: Impulso de la actividad económica
- ✓ Prioridad estratégica 6: Agilización, simplificación, cooperación y coordinación administrativa.
- ✓ Prioridad estratégica 7: Impulso de la Agenda Canaria de Desarrollo Sostenible.

Marco Estratégico de Desarrollo Insular (MEDI)2016-2025

Estrategia desarrollada para avanzar de manera eficaz en el desarrollo insular con una correcta planificación de los recursos. El MEDI afianza un nuevo modelo de gestión pública, bajo las premisas del Buen gobierno, la administración por objetivos, una estrategia

integral basada en el equilibrio territorial, gestión con perspectiva estratégica y consensuada con los Ayuntamientos que conforman la Isla de manera participativa, transparente y eficaz.

Plan Estratégico de Canarias para el Turismo (PECT 2025)

Este documento, aprobado en 2019 por el Gobierno de Canarias, tiene como objetivo definir los elementos y procesos estructurales del modelo turístico canario, para desarrollar la hoja de ruta del destino con dos horizontes temporales: 2025 y 2040.

Se basa en ejes tan importantes como la Gobernanza; Inteligencia y Sostenibilidad y se desarrolla partiendo de 4 objetivos:

- ✓ Convertir el Plan en un instrumento de consenso.
- ✓ Hacer que el territorio y su sostenibilidad sean un atributo medular.
- ✓ Conseguir que la actividad turística lidere el desarrollo social.
- ✓ Provocar una aceleración y modificación del ecosistema turístico mediante avances tecnológicos

A él se une ahora el Plan Estratégico Canarias Destino.

Plan Estratégico Canarias Destino - Estrategia compartida de transformación del modelo turístico canario

A raíz de la situación generada por la pandemia, se ha presentado una estrategia de transformación para el sector, por parte del Gobierno de Canarias, basada en 3 objetivos principales:

- ✓ Mejorar la resiliencia de Canarias como destino y como territorio.
- ✓ Incrementar el compromiso con la neutralidad climática.
- ✓ Potenciación de la capacidad de Canarias para generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de la región.

Estrategia turística de Tenerife 2017-2020/2030

Turismo de Tenerife, en atención a los nuevos retos y la adaptación de su estrategia a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ha desarrollado esta nueva estrategia. Su objetivo es *“avanzar en un destino de calidad, competitivo y mejor preparado para satisfacer a un turismo cada vez más experimentado. Un destino turístico creativo, innovador y emprendedor. Un destino más cohesionado, equitativo y*

más sostenible, que contribuya a mejorar la calidad de vida de los residentes a través de la adaptación del modelo turístico".

3. Análisis interno de la situación en el municipio

3.1. Situación geográfica

Santiago del Teide, con 52,21km², se encuentra situado en el suroeste de Tenerife. Limita al sur con Guía de Isora y al norte con Buenavista del Norte, Los Silos, El Tanque, Garachico e Icod de los Vinos. En su costa, al oeste, se extiende el Océano Atlántico y al este, el Parque Nacional del Teide.

Tiene 9 núcleos de población: Acantilado de Los Gigantes, Arguayo, Las Manchas, El Molledo, Puerto de Santiago, El Retamar, Santiago del Teide, Tamaimo y Valle de Arriba.

3.2. Demografía

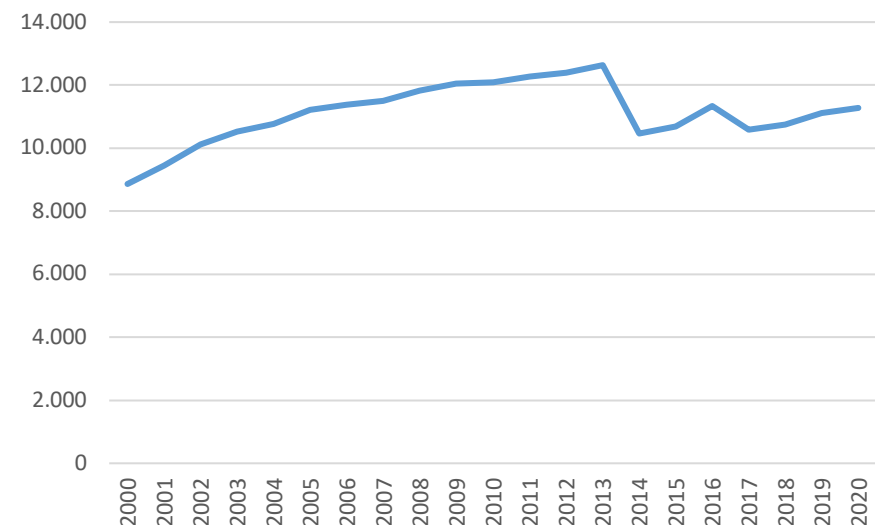
En Santiago del Teide se registran **11.281 personas en el año 2020**, según las cifras padronales del ISTAC.

Como se puede apreciar en el gráfico, la población en el municipio de Santiago del Teide evolucionó positivamente en el periodo de 2001 a 2013, alcanzado su umbral positivo en tal año. A partir de ese

año, su índice poblacional desciende, situándose en el año 2020 en un -10,71% con respecto al máximo alcanzado en tal indicador en 2013.

El mayor descenso se produjo en 2014, donde se detectó un 17,14% menos de empadronados en el municipio.

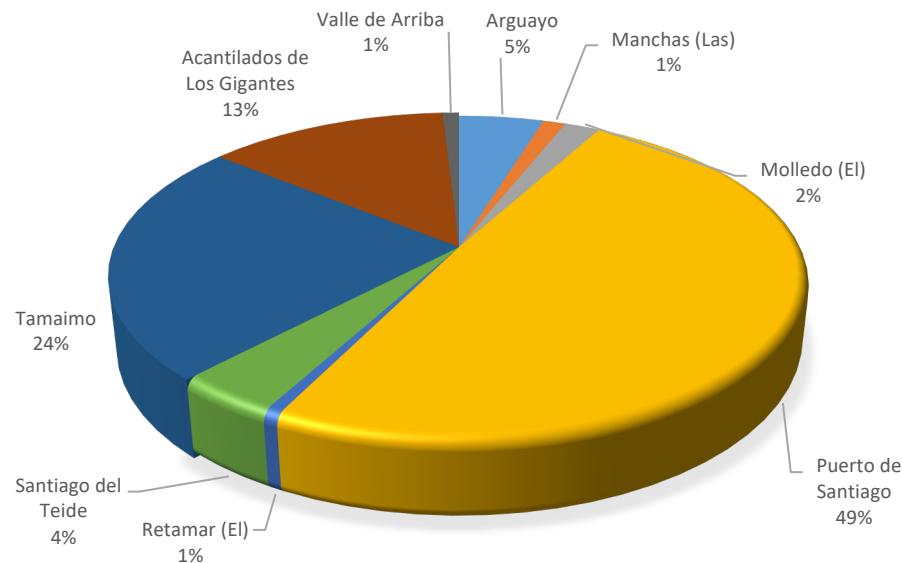
Gráfico 1: Evolución del número de empadronados en el municipio de Santiago del Teide (2000-2020)



Fuente: ISTAC

En el siguiente gráfico, se puede apreciar como el **núcleo poblacional de Puerto de Santiago** ha sido el **área más habitada del municipio** desde el inicio hasta el final del periodo analizado. Con 5.566 habitantes, supone el 49% de la población empadronada y su crecimiento entre el año 2000 y 2020 fue de un 59,44%.

Gráfico 2: número de empadronados en el municipio de Santiago del Teide, según unidades poblacionales (2020)

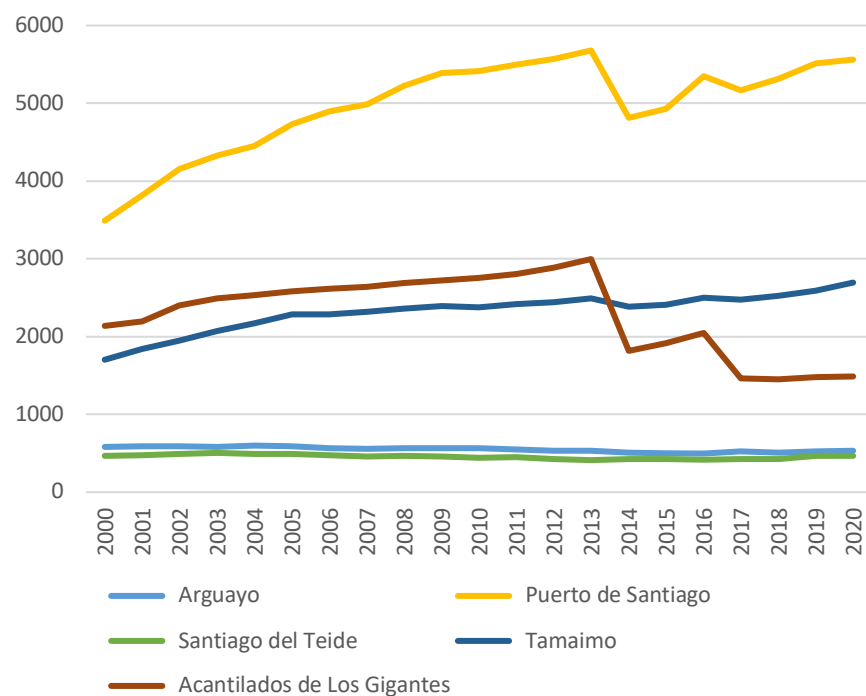


Fuente: ISTAC

Los otros dos núcleos que destacan por su población son Tamaimo y el Acantilado de los Gigantes, con 2.695 y 1.487 habitantes en 2020, respectivamente.

La evolución de la población por núcleo poblacional muestra que el número de habitantes ha disminuido en el Acantilado de los Gigantes y Puerto de Santiago, especialmente desde 2013, mientras que ha habido un aumento progresivo de la población en Tamaimo (que en 2020 suponía ya el 24% de la población correspondiente al municipio).

Gráfico 3: Evolución del número de empadronados en el municipio de Santiago del Teide, en las tres unidades más pobladas (2000-2020)

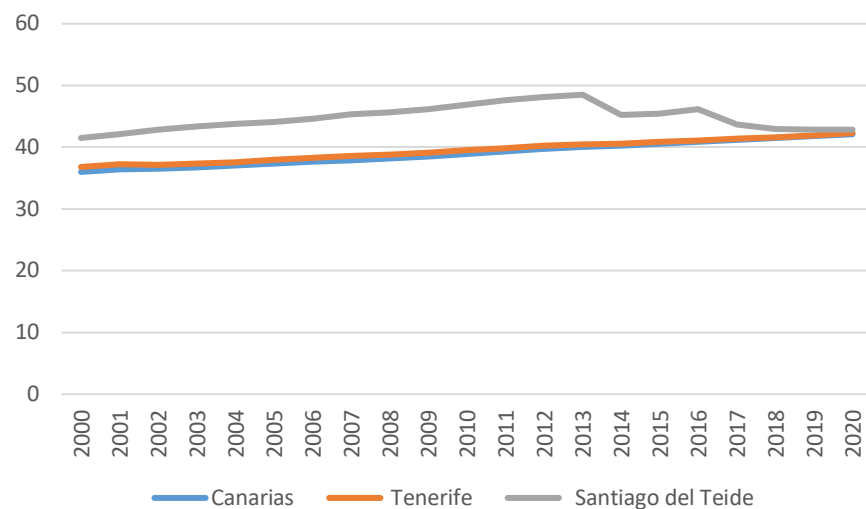


Fuente: ISTAC

En relación a la **edad media de la población**, se comprueba cómo históricamente el municipio de Santiago del Teide ha contado con una población de una edad media mayor que en Canarias y Tenerife, alcanzado su máximo indicador en 2013, con una media de edad entre sus habitantes de 48,5 años.

No obstante, esta diferencia se ha ido reduciendo desde 2013, situándose en 2020 en un 0,7% y un 0,5% más que en Canarias y Tenerife respectivamente.

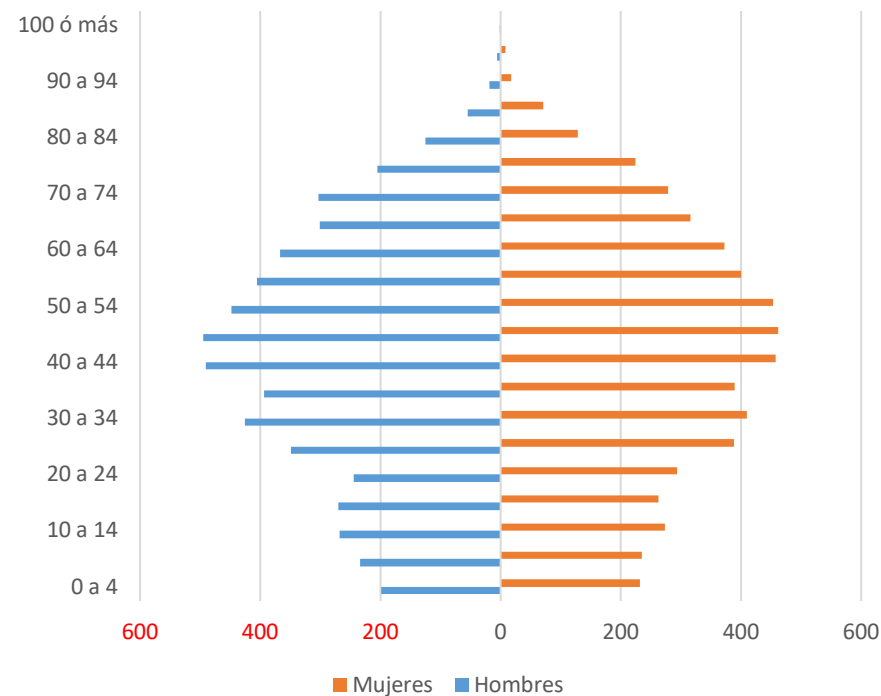
Gráfico 4: Evolución de la media de edad en la población de Santiago del Teide (2000-2020)



Fuente: ISTAC

Según sexos, en la pirámide poblacional pueden verse las edades. Las franjas de edad más comunes se sitúan entre los 40 y los 64 años.

Gráfico 5: Pirámide de población de Santiago del Teide (2020)



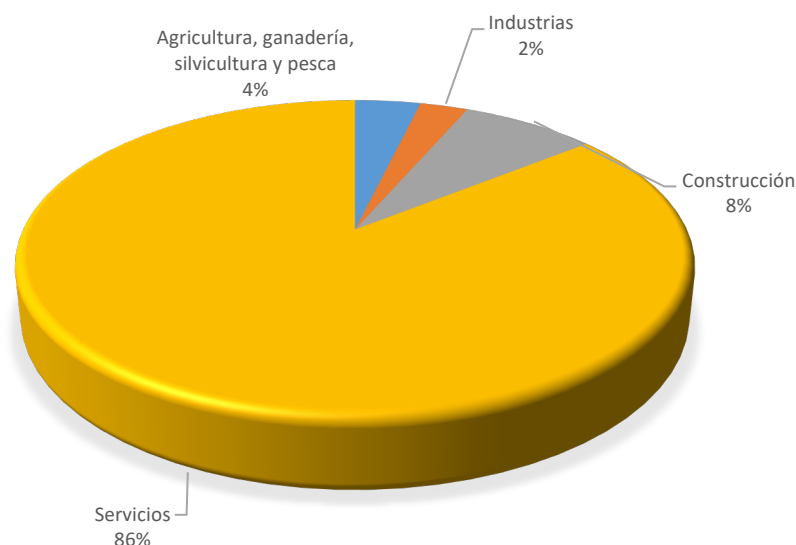
Fuente: ISTAC

3.3. Sectores de actividad

En la siguiente gráfica se puede distinguir la **importancia en el número de empresas relacionadas con el sector servicios**, que

suponen un 86% del total de empresas inscritas en la Seguridad Social (un total de 321 frente a 374 empresas inscritas).

Gráfico 6: Empresas inscritas en la Seguridad Social según actividad económica en Santiago del Teide (2021)



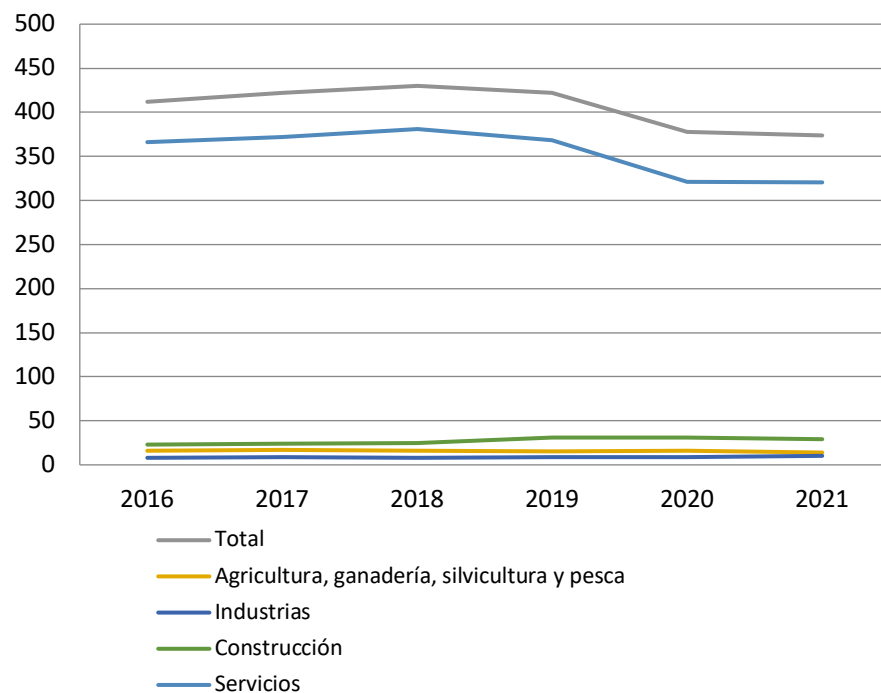
Fuente: ISTAC

Un dato descriptivo de la situación histórica en el municipio en este aspecto es que, en 2018, periodo en el que se contaba con mayor número de empresas en el municipio (un total de 430), un 88,6%

estaban relacionadas con actividades económicas vinculadas al sector servicios, distanciadas con amplitud de otras actividades como la construcción o la agricultura que aportaron en ese año, un 5,8% y un 3,7%, respectivamente.

Se debe tener en cuenta el impacto que ha generado la pandemia en el sector económico en el municipio. **En 2021 han cesado de su actividad productiva en Santiago del Teide 48 empresas respecto a 2019**, de las cuales las vinculadas al área servicios han sufrido mayores consecuencias negativas.

Gráfico 7: Empresas inscritas en la Seguridad Social según actividad económica en Santiago del Teide (2016-2021)



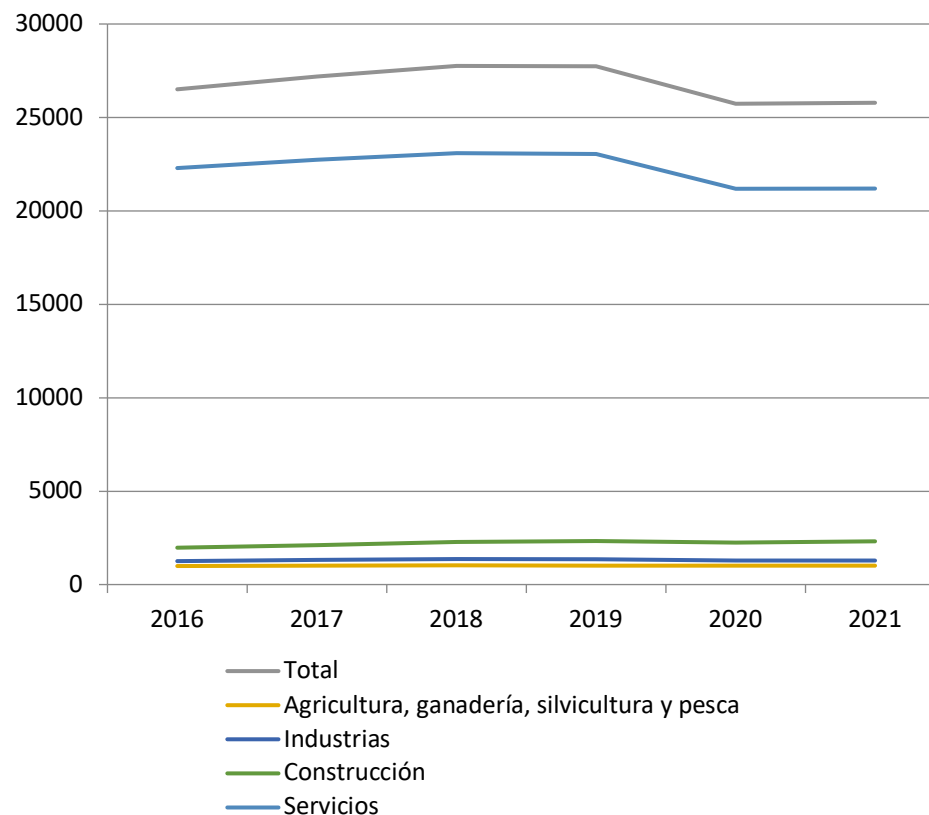
Fuente: ISTAC

Si se compara la situación con Tenerife, vemos que se repite un patrón similar, en la cual se observa la importancia de las empresas relacionadas con el sector servicios.

Un dato destacable es que, en 2018, año en el que se concentra un mayor número de empresas, con un total de 27.757, el 83% estaban vinculadas a la actividad servicios, seguidas a una distancia considerable de otros sectores de actividad como la construcción con un 8% y la industria con un 4,9%.

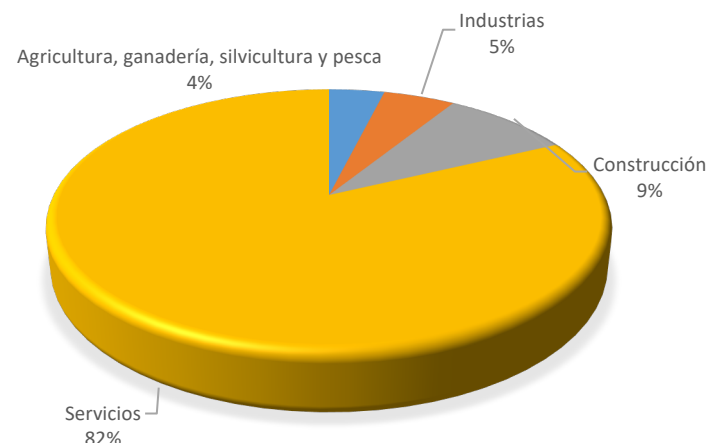
A través de la gráfica, se observa el impacto generado por la pandemia, un dato descriptivo de tal fenómeno adverso es la pérdida de 1.964 empresas en 2021 respecto a 2018 en cuanto a afiliación a la seguridad social, siendo el sector servicios el mayor perjudicado.

Gráfico 8: Empresas inscritas en la Seguridad Social según actividad económica en Tenerife (2016-2021)



Fuente: ISTAC

Gráfico 9: Empresas inscritas en la Seguridad Social según actividad económica en Tenerife (2020)

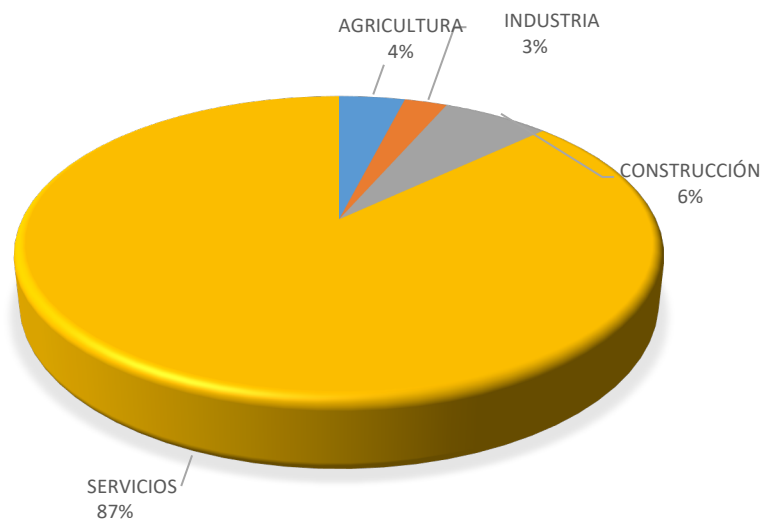


Fuente: ISTAC

3.3.1. Empleo

En la siguiente gráfica, se puede comprobar la **importancia que tiene en el empleo la actividad económica relacionada con los servicios** del municipio, según la estadística sobre empleos según situaciones profesionales y ramas de actividad (CNAE-09), publicada por el ISTAC.

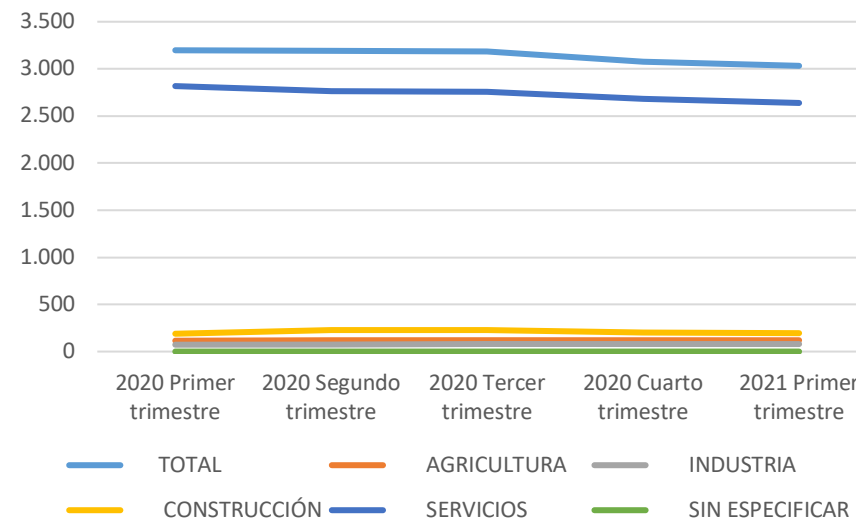
Gráfico 10: Empleos según situaciones profesionales y ramas de actividad (CNAE-09) en Santiago del Teide (1T de 2021)



Fuente: ISTAC

Con respecto al gráfico sobre la **evolución del empleo de los diferentes sectores económicos**, se visibiliza la importancia correspondiente al sector servicios dentro de la economía del municipio, así como el impacto de la pandemia en el empleo (donde disminuye a partir del 3^{er} trimestre el empleo en general, y en el sector servicios en particular).

Gráfico 11: Empleos y relación con la actividad económica en Santiago del Teide (1T 2020 - 1T 2021)



Fuente: ISTAC

3.4. Oferta turística

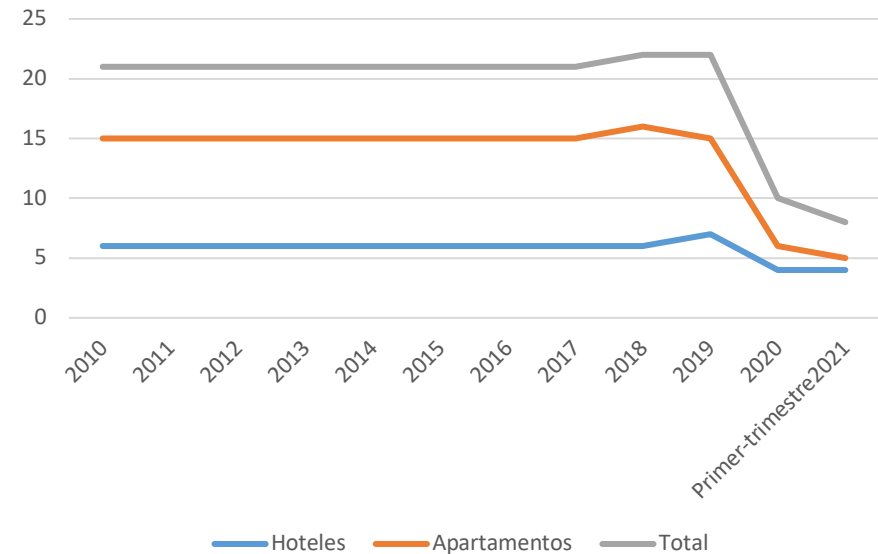
3.4.1. Establecimientos

A través de la información representada se puede comprobar cómo el número de establecimientos alojativos en el municipio cuenta con un predominio de la oferta extrahotelera sobre la hotelera en cuanto a establecimientos abiertos en el periodo analizado.

A rasgos generales, cabe reseñar que el conjunto de establecimientos permanecen sin ninguna novedad en cuanto a apertura se refiere, hasta el 2018, en el cual se inicia actividad en un nuevo apartamento, al igual que en 2019 un hotel. Además, se puede comprobar cómo los efectos de la pandemia han generado un impacto negativo. Un dato significativo que explica tal fenómeno es que en 2020, tan solo 10 establecimientos estaban abiertos, cuando en el año anterior, 2019, había 22 en actividad.

Se puede observar el mayor peso, en cuanto a número de establecimientos abiertos en la etapa anterior a la pandemia, de los establecimientos extrahoteleros.

Gráfico 12: Número de establecimientos abiertos

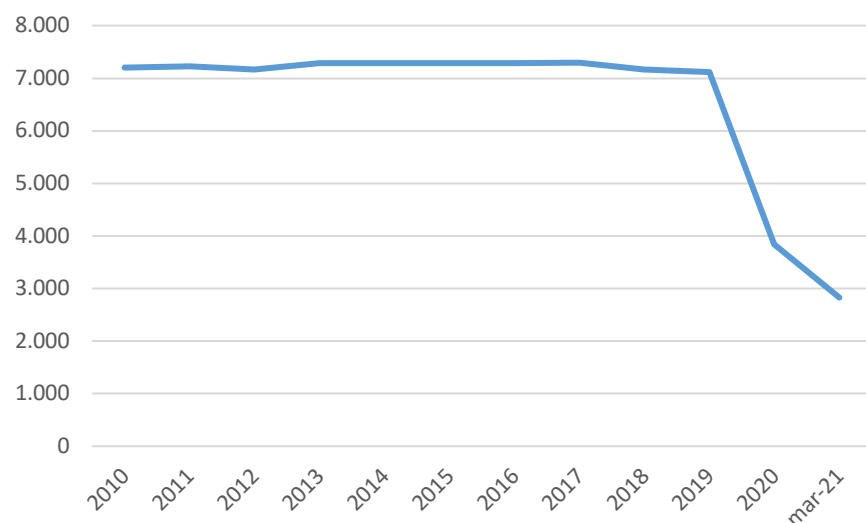


Fuente: ISTAC

En cuanto a las plazas de alojamiento ofertadas en el municipio (hotelera y extrahotelera), se puede destacar la estabilidad en la oferta alojativa en la etapa pre-pandemia (2010-2019), alcanzado su mayor capacidad de hospedaje en 2017 con 7.295 plazas.

A partir del año 2020 se observa una notable disminución de las plazas ofertadas debido a las consecuencias de la pandemia, que se han ido agravando con el paso de los meses.

Gráfico 13: Plazas ofertadas

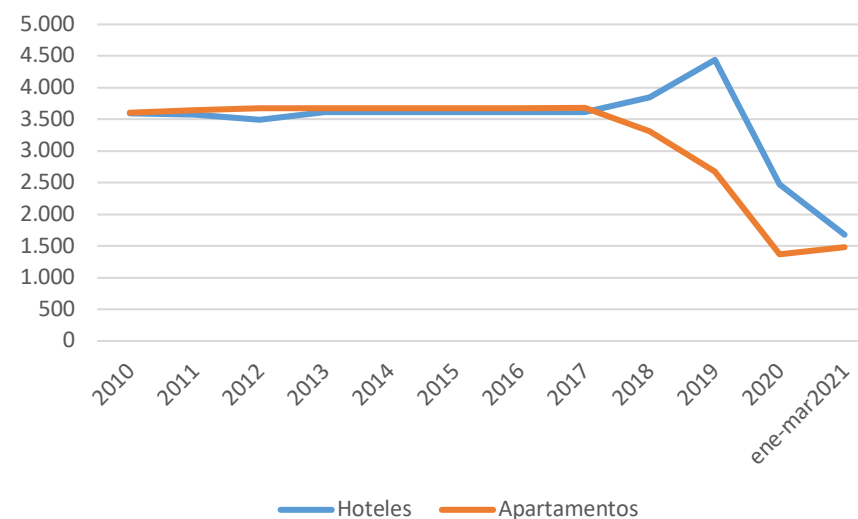


Fuente: ISTAC

Respecto a las características de la tipología de las plazas ofertadas, se puede observar un equilibrio en la distribución entre las plazas

hoteleras y extrahoteleras, destacando un incremento de la hotelera en 2018, debido a la apertura de un nuevo hotel.

Gráfico 14: Plazas hoteleras y extrahoteleras

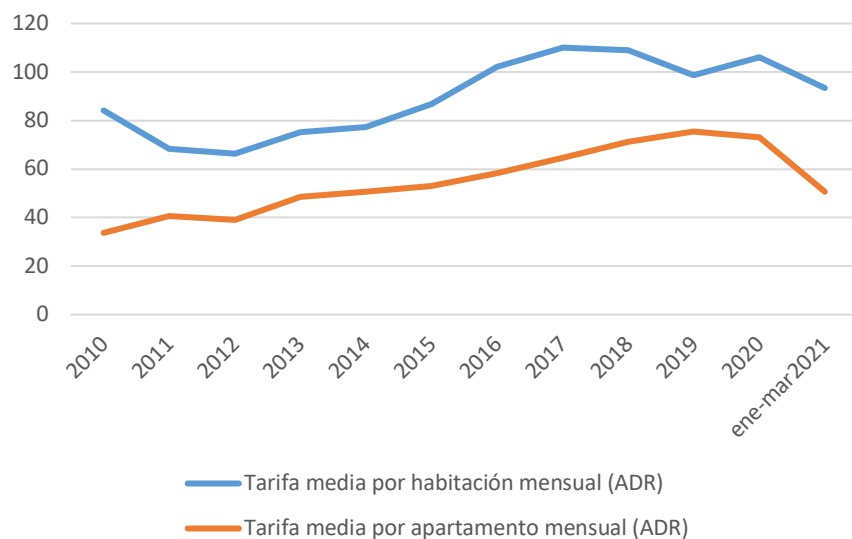


Fuente: ISTAC

Visualizando la gráfica sobre indicadores de rentabilidad, se pueden comprobar los siguientes datos: por un lado, el RevPAR hotelero ha evolucionado favorablemente desde el año 2015 hasta el año 2017,

donde alcanzó su máximo umbral. Por su parte el RevPAR extrahotelero ha progresado positivamente desde el año 2012 hasta el 2019.

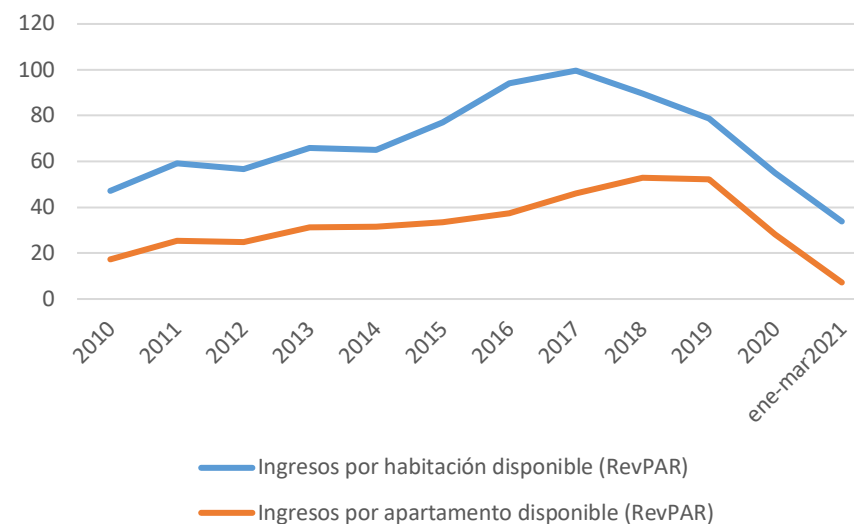
Gráfico 15: Indicadores de rentabilidad ADR



Fuente: ISTAC

* Hecho diferenciando hoteles y apartamentos por las diferencias entre ambos.

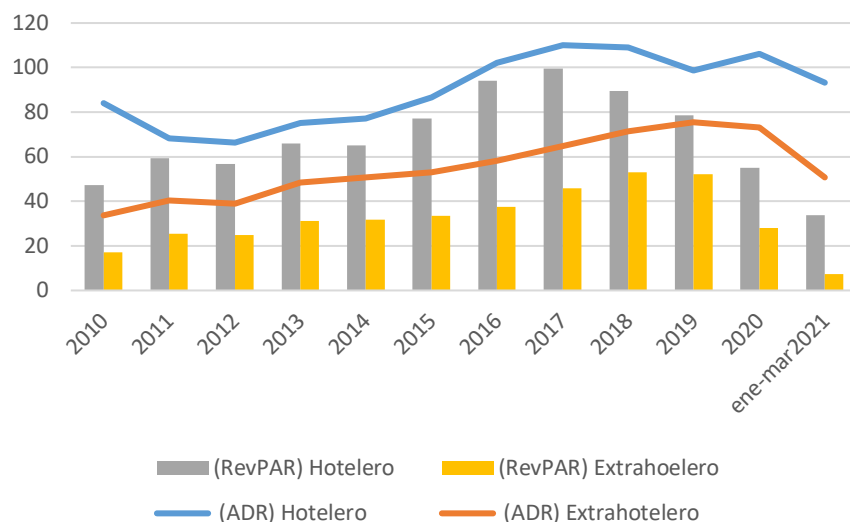
Gráfico 16: Indicadores de rentabilidad RevPAR



Fuente: ISTAC

En relación al ADR hotelero podemos decir que ha experimentado un crecimiento en el periodo 2012 a 2018. Con similitud a la información anterior, el ADR extrahotelero ha crecido constantemente desde el año 2012 a 2019.

Gráfico 17: Indicadores de rentabilidad



Fuente: ISTAC

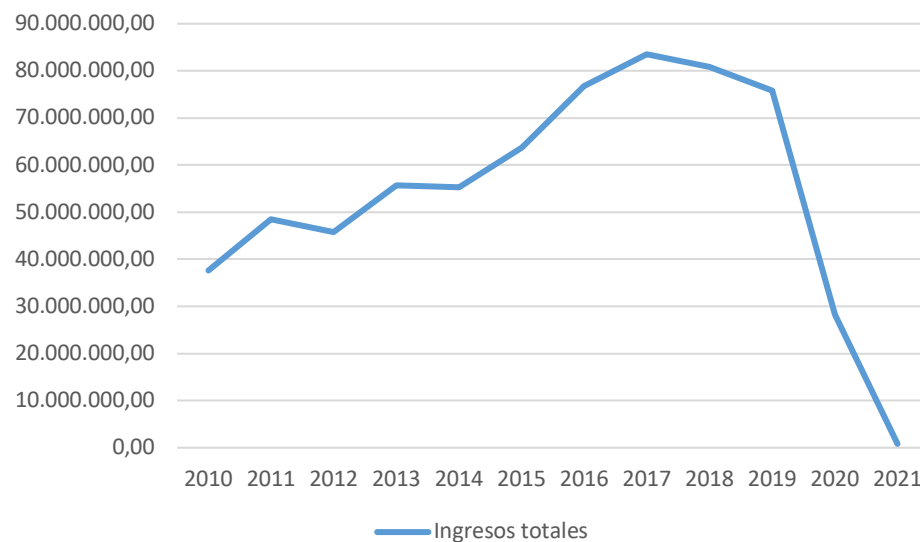
Visualizando la gráfica sobre indicadores de rentabilidad, se puede comprobar que, por un lado, el RevPAR hotelero ha evolucionado favorablemente desde el año 2015 hasta el año 2017 donde alcanzó su máximo umbral, por su parte el RevPAR extrahotelero ha progresado positivamente desde el año 2012 hasta el 2019.

En relación al ADR hotelero podemos decir que ha experimentado un crecimiento en el periodo 2012 a 2018. Con similitud a la

información anterior, el ADR extrahotelero ha crecido constantemente desde el año 2012 a 2019.

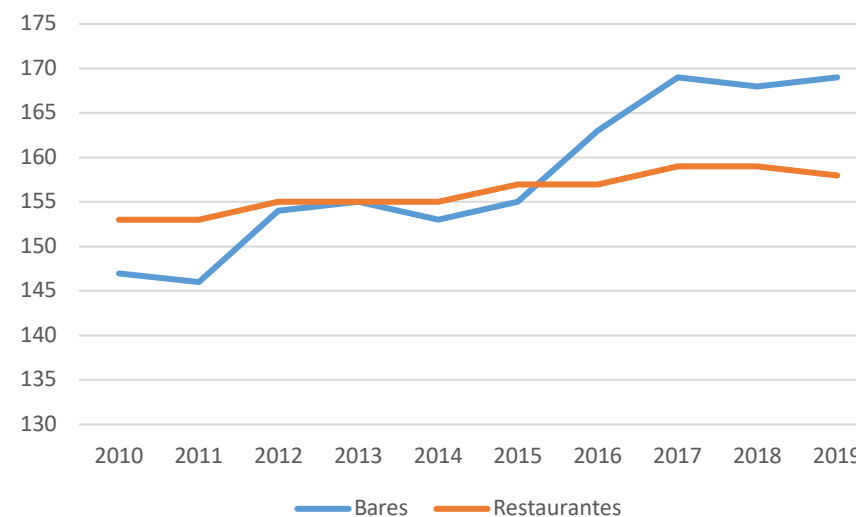
A través de la siguiente gráfica, se puede observar un aumento de los ingresos muy significativo en periodos como 2011, 2013 y 2016, en los cuales su crecimiento porcentual respecto a sus años anteriores fue de un 29% un 21% y un 20%. Cabe reseñar el máximo umbral alcanzado en este índice, en 2017, con 83.521.616,87 percibidos exclusivamente por la prestación de servicios de hospedaje. Cabe destacar, la disminución de tales ingresos debido a la crisis económica provocada por la pandemia, un hecho significativo fue el descenso los ingresos en 2020 un -62% con respecto a 2019.

Gráfico 18: Ingresos totales por hospedaje en los establecimientos alojativos de Santiago del Teide (2010-2021)



Fuente: ISTAC

Gráfico 19: Oferta de restauración



Fuente: TURIDATA

Analizando la oferta de restauración, se puede observar como los restaurantes del municipio han aumentado en 5 establecimientos nuevos con respecto al año 2010, por su parte los bares han experimentado un crecimiento más notable con la apertura de 22 establecimientos en el periodo analizado (2010-2019).

3.4.2. Recursos y atractivos principales

Santiago del Teide cuenta con una amplia gama de recursos turísticos de interés, entre los que destaca el volumen de recursos etnográficos y culturales que posee el municipio.

Como Bien de Interés Cultural, dispone de la **Casa del Patio**, declarada BIC (Bien de Interés Cultural) por el Decreto 59/2014, de 29 de mayo. Este lugar fue construido en la segunda mitad del siglo XVII, su arquitectura se corresponde con una residencia noble de la época y define claramente el rango de señorío al disponer de eras, lagares y graneros. Hoy en día, su uso es de **hotel rural**.

Su patrimonio cultural se completa con recursos como:

- ✓ Iglesia de El Pilar
- ✓ Ermita Santo Ángel de la Corona
- ✓ Iglesia de Santa Ana
- ✓ Ermita de San Andrés
- ✓ Iglesia de los Gigante (Parroquia del Espíritu santo)
- ✓ Fuente de la Virgen
- ✓ Ermita de Santiago

- ✓ Iglesia de San Fernando Rey
- ✓ Ermita de San Carlos
- ✓ Iglesia Virgen del Carmen
- ✓ Iglesia de la Virgen del Rocío
- ✓ Iglesia de la Virgen de Candelaria
- ✓ Chorros de Agua
- ✓ Monumento a las Alfareras de Arguayo
- ✓ Museo del pescador
- ✓ Museo etnográfico Cha Domitila

Asimismo, parte de su superficie forma parte de espacios naturales protegidos:

- ✓ **Parque Rural de Teno:** Con sus 8.063,3 hectáreas se extiende por los municipios de Buenavista del Norte, Los Silos, El Tanque y Santiago del Teide. Es uno de los principales atractivos de Tenerife y, por tanto, uno de los más visitados.
- ✓ **Reserva natural especial Chinyero:** espacio donde se sitúa el Volcán del Chinyero, cuya erupción tuvo lugar en 1909. Tiene 24 kilómetros cuadrados y ocupa parte de los municipios de Santiago del Teide, El Tanque y Garachico.

Cuenta con la declaración como Zona de Especial Conservación en la Red Natura 2000.

- ✓ **Parque Natural de la Corona Forestal:** En este espacio, que circunda el Parque Nacional del Teide, se ubican las mejores muestras de pinar y vegetación de alta montaña de Tenerife (Cabildo de Tenerife). Cuenta con la declaración como Zona de Especial Conservación en la Red Natura 2000 y Zona de Especial Protección para las Aves (ZEPA).

- ✓ **Acantilado de Los Gigantes:** se sitúan en la vertiente suroccidental de Tenerife y son, asimismo, uno de los principales atractivos turísticos de la isla.

Están incluidos en la Red Canaria de Espacios Naturales Protegido (en el Parque Rural de Teno), así como en la Zona de Especial Conservación de Teno (ZEC) y Zona de Especial Protección para las Aves de Teno (ZEPA), en el marco de la red europea Natura 2000.

Cuentan también con la declaración como Zona de Especial Conservación (ZEC) en la Franja Marina de Teno-Rasca y la

Zona de Especial Protección para las Aves Espacio (ZEPA) marino de La Gomera Teno.

- ✓ **Otros espacios protegidos: Riscos de Lara:** declarados Zona de Especial Conservación (ZEC) y Laderas de Chío.

Destacan también las vistas al Parque Nacional del Teide, así como sus playas (en especial Playa de la Arena y Puerto de Santiago, donde se concentra parte de la actividad turística del municipio), sus fondos marinos y sus **senderos**:

- ✓ Ruta de los Almendros en flor
- ✓ Camino de Guergues
- ✓ Risco Blanco y Montaña Guama
- ✓ Santiago del Teide - El Tanque por el camino Real del Norte
- ✓ Barranco del Natero y Barranco de Masca
- ✓ Garachico- Montaña Chinyero
- ✓ San José de los Llanos- Montaña Chinyero
- ✓ Los Partidos de Franquis- Chinyero
- ✓ Santiago del Teide- Montaña Chinyero
- ✓ Santiago del Teide- Puerto de Santiago
- ✓ El Molledo- Risco Blanco

- ✓ Tamaimo- Cruz de Los Misioneros
- ✓ El Molledo- Degollada del Roque
- ✓ Santiago del Teide- Arguayo
- ✓ Valle de Arriba
- ✓ Las Manchas

Entre ellos, destaca la **Ruta del Almendro en Flor**, recorrido muy conocido y uno de los atractivos principales para la visita al municipio en la época de floración de los almendros. Asimismo, el municipio ofrece **varias pruebas deportivas**, como el Trail Run Almendros y Volcanes y la Carrera Solidaria Nocturna Canary Run.

3.4.3. Equipamientos públicos

Santiago del Teide dispone de equipamientos públicos con interés turístico. En concreto:

- ✓ Miradores:
 - Mirador Archipenque
 - Mirador de Cherfe
 - Mirador Valle de Arriba
 - Mirador de Tamaimo

Mirador de los Poleos

Mirador Tancón

- ✓ Zonas recreativas o merenderos:

Merendero de Santiago del Teide

Parque de las Eras

- ✓ Centros de información turística:

Oficina de Información y Turismo de Santiago del Teide

Centro de información turística Santiago del Teide

Centro de Visitantes Santiago del Teide

- ✓ Mercados:

Mercadillo del Agricultor: tipo Generalista, de artesanía y ecológico

- ✓ Paseos y avenidas:

Paseo Litoral Costa Santiago

- ✓ Museos

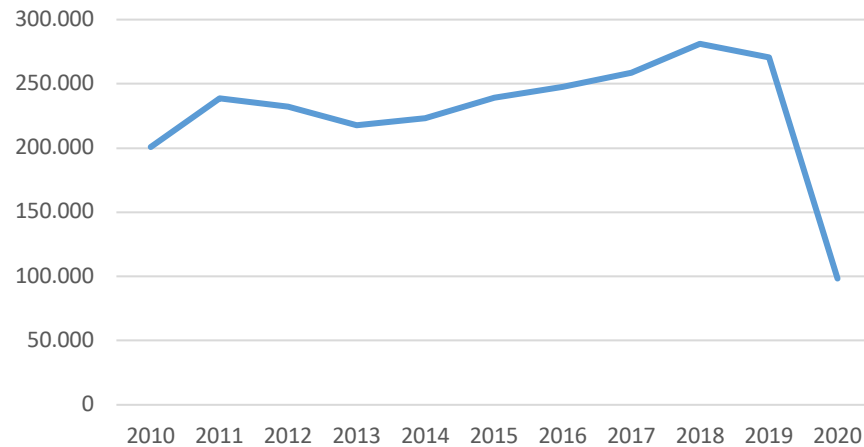
Museo del Pescador

Centro de visitantes del Volcán Chinyero

Centro Alfarero y Museo Etnográfico Cha Domitila

3.5. Demanda turística

Gráfico 20: Viajeros entrados en establecimientos de Santiago del Teide (2010-2020)



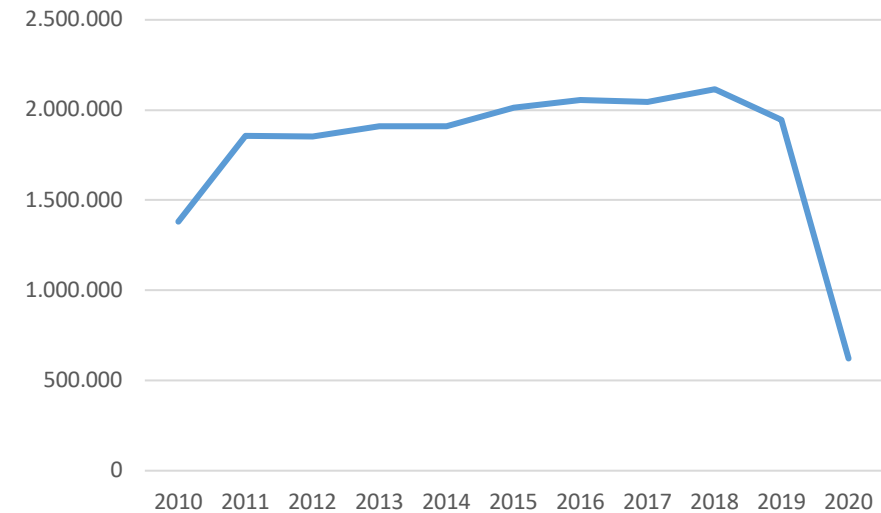
Fuente: ISTAC

*Nota metodológica sobre viajeros entrados: variable de flujo que registra el número de viajeros entrados en un establecimiento durante un determinado periodo de referencia. FUENTE: ISTAC

Conforme a los resultados obtenidos, se puede comprobar un aumento constante de la demanda turística desde 2014 a 2018, alcanzando un récord de viajeros entrados con 281.138 personas,

dicho crecimiento supuso un crecimiento interanual respecto a 2010 de un 39,9 %, sin embargo, en 2019 descendió la demanda, a dicho movimiento, continuó con un mayor descenso derivado de la llegada de la pandemia.

Gráfico 21: Pernoctaciones en Santiago del Teide (2010-2020)



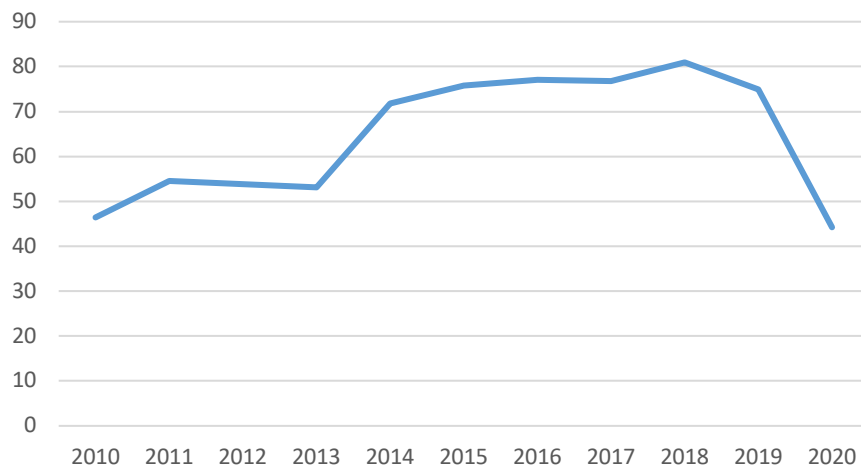
Fuente: ISTAC

* Nota metodológica sobre pernoctaciones: Se entiende por pernoctación o plaza ocupada a la noche que un viajero se aloja en un establecimiento. FUENTE: ISTAC

En el gráfico tratado, se puede contemplar un crecimiento de las pernoctaciones en un 34,42% interanual entre el año 2011 respecto al año anterior. A continuación, se observa una evolución positiva del número de pernoctaciones desde 2013 al 2016.

En 2018 se dio el dato máximo de pernoctaciones, siendo el año siguiente 2019, las cifras menores con datos similares 2014 (en torno a 1.900.000 pernoctaciones). En el año 2020 las cifras bajaron bruscamente llegando a 622.101 pernoctaciones.

Gráfico 22: Tasa de ocupación

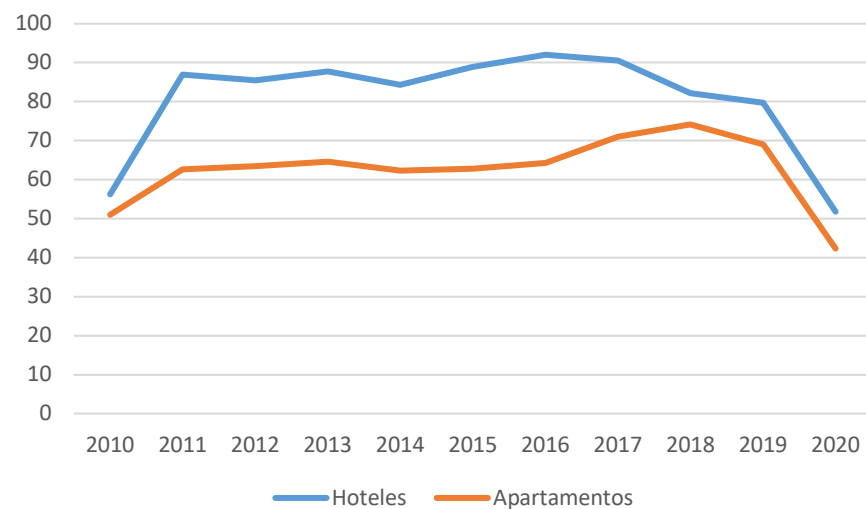


Fuente: ISTAC

En relación con la tasa de ocupación en los establecimientos hoteleros y extrahoteleros del municipio de Santiago del Teide, se puede apreciar cómo al inicio del gráfico, entre el periodo 2010-2013, tal índice supera con suficiencia el 50% (excepto en 2010). En 2014, se produjo un crecimiento interanual con respecto al año anterior de un 35,15%, alcanzando un 71,79% de ocupación.

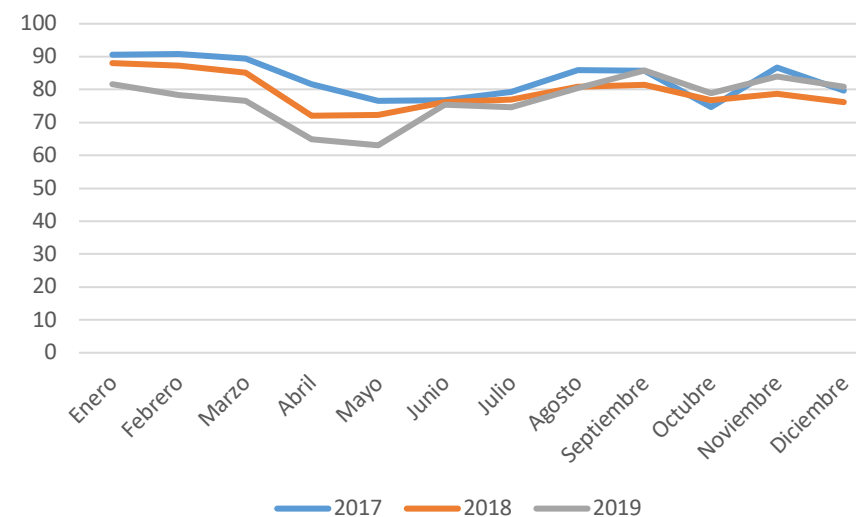
El umbral positivo se marcó en 2018 con un 80,94% de ocupación, datos que bajaron de forma significativa en 2019 con un -7,46% respecto al periodo anterior. En 2020 y 2021 se aprecia un descenso de la cifra por la llegada del COVID-19 con un 44,22% y un 23,73% (entre enero y marzo) respectivamente.

Gráfico 23: Tasa de ocupación en establecimientos hoteleros y extrahoteleros



Fuente: ISTAC

Gráfico 24: Estacionalidad de la demanda relativa a la tasa de ocupación

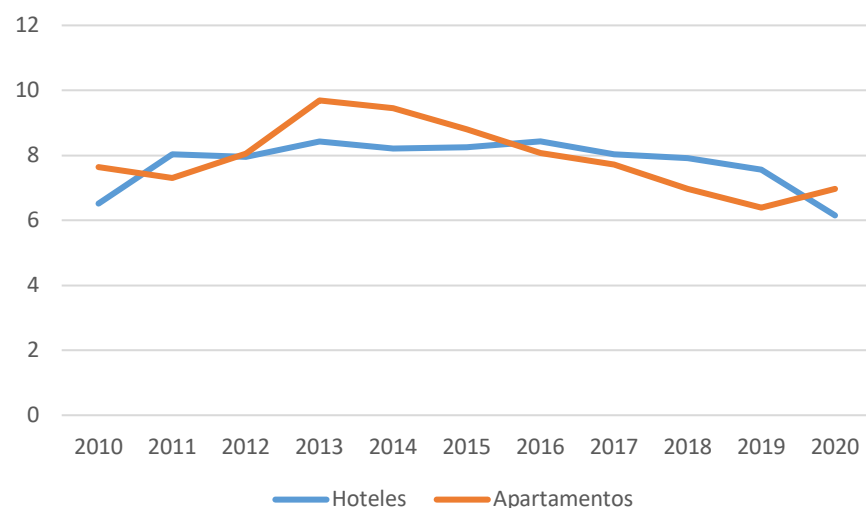


Fuente: ISTAC

En el gráfico analizado, se distingue cómo el comienzo del año, con los meses de enero, febrero y marzo, son relativamente de mayor demanda con respecto a los meses siguientes. Asimismo, a partir de abril a julio es la temporada con menos tasa de ocupación en los establecimientos de alojamiento.

Se da un curioso rasgo en los 3 años analizados pre-COVID-19, donde destacan a los meses de agosto, septiembre y noviembre como históricamente importantes.

Gráfico 25: Estancia media en establecimientos hoteleros y extrahoteleros



Fuente: ISTAC

Desarrollando la información obtenida en la gráfica anterior, se puede observar, por un lado, cómo el número de noches que un turista pasaba en establecimientos hoteleros creció desde 2010

hasta 2013. A partir de tal fecha los índices se estabilizan, destacando en 2016 un ligero repunte.

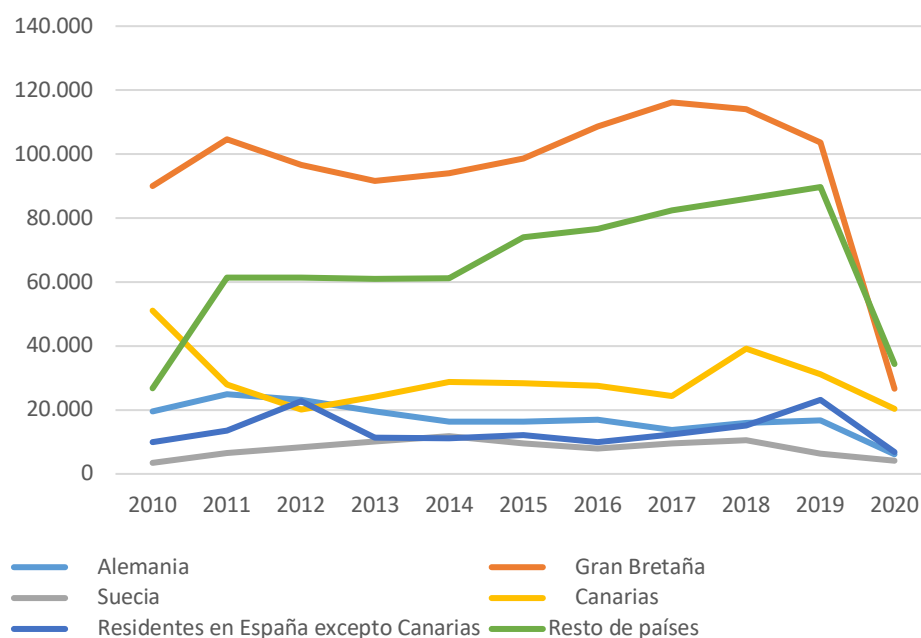
Por otro lado, los establecimientos extrahoteleros marcaron su umbral máximo en 2013, a partir de tal espacio temporal los índices fueron en descenso al alcanzar su mínimo en 2019. En conjunto, podemos observar cómo en 2020 y el primer trimestre de 2021 estas cifras han ido decayendo alcanzado en el año vigente los mínimos históricos.

En el siguiente gráfico se puede ver la **evolución de la demanda según lugares de residencia en Santiago del Teide**, en el periodo de 2010 a 2021.

Se observa una pérdida de cuota del mercado alemán, que, en 2010 suponía 19.604 turistas y en 2019, 16.812. Ocurre algo parecido en el mercado canario, con un descenso más pronunciado, que en 2010 representaba 51.051 turistas y en 2019 se situó en 31.131 turistas (no considerando el 2020 a estos efectos, al estar dominado por la pandemia).

Aumenta en cuota de mercado el “Resto de países”, que suponían en 2010 26.765 turistas y, en 2019 eran un total de 89.701.

Gráfico 26: Evolución de la demanda por lugares de residencia. Santiago del Teide (2010-2020)



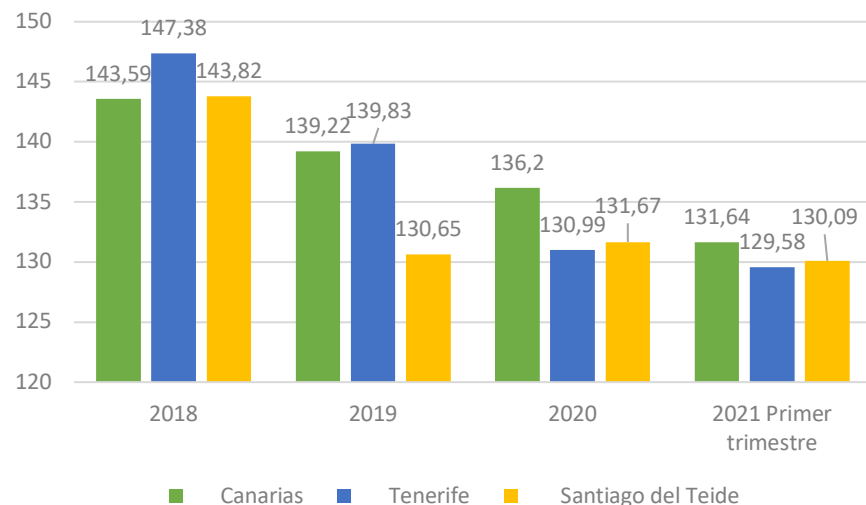
Fuente: ISTAC

Describiendo la información expuesta en el siguiente gráfico se puede identificar cómo los principales mercados emisores de

turistas hacia el municipio de Santiago del Teide (británico, alemán y nacional, junto con otros países representados), han bajado su **gasto turístico** por turista y día, disminuyendo tal índice de 2018 a 2019, y de 2019 a 2020, excepto en el grupo de países agrupados como Otros países.

Describiendo el caso del turismo británico, principal mercado emisor de turistas hacía el municipio, y a su vez, turistas que encabezaban el gasto turístico, cabe destacar su disminución en este índice analizado siendo su decrecimiento en 2019 con respecto a 2018 de 14,84€ y de 2020 con respecto a 2018 un 32,77€ por turista y día.

Gráfico 27: Gasto turístico en Canarias, Tenerife, Santiago del Teide (2018-2021)



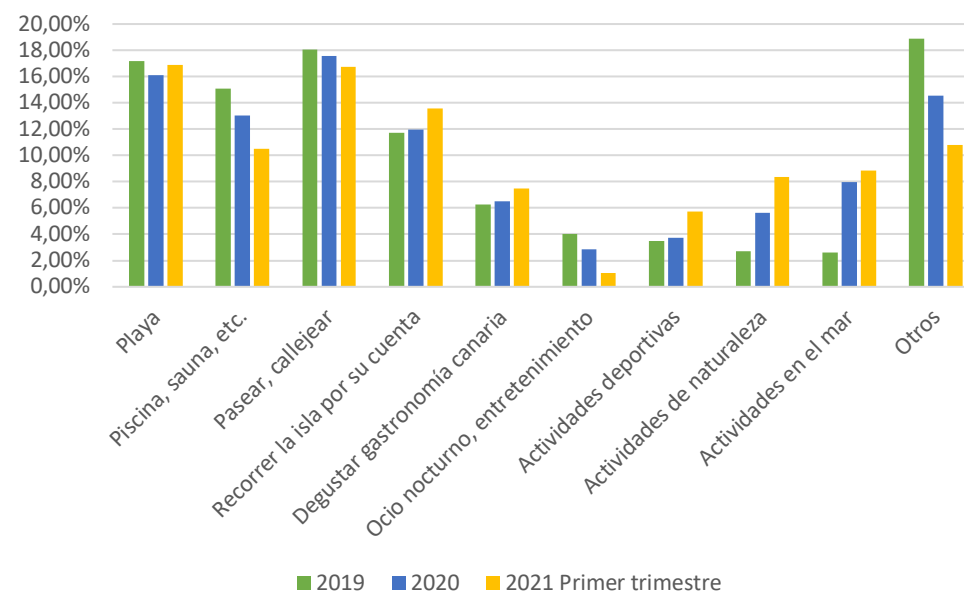
Fuente: ISTAC

Detallando la información representada en la gráfica anterior, podemos observar cómo en 2018, el municipio de Santiago del Teide representaba un gasto por turista y día superior al de la media canaria, situándose por debajo de Tenerife por 3,56€ aportado por turista y día.

En 2019, tal índice cae en las tres áreas representadas disminuyendo en 13,17€ por turista y día en Santiago del Teide. En 2020 el indicador

subió 1,02€ respecto año anterior, en dicho periodo cabe reseñar la resiliencia del municipio ya que fue el único destino representado que aumento su indicador, en cambio en el primer trimestre de 2021 tan indicador bajo al igual que Canarias y Tenerife hasta llegar a la cifra de 130,09€ por turista y día.

Gráfico 28: Actividades realizadas en destino, Tenerife (2019-2020)



Fuente: ISTAC

Analizando el gráfico anterior, se puede destacar información relevante acerca de nuevas tendencias en el comportamiento, actividades y preferencia del turista en el destino, promovidas en gran parte por la pandemia. En relación, a la información previa se puede destacar un aumento en las actividades al aire libre, sobre todo las que estén vinculadas estrechamente con la naturaleza.

4. Diagnóstico participativo

El objetivo del proceso participativo es conocer de la situación actual, necesidades y potencialidades del destino turístico desde la perspectiva de los agentes locales implicados en la cadena de valor y la población local. Para ello, se han llevado a cabo las siguientes acciones:

- ✓ Encuesta online a la población local.
- ✓ Entrevistas en profundidad a agentes locales implicados en la cadena de valor.
- ✓ Sesión participativa con el grupo de acción local del municipio.

Todo el proceso participativo se ha llevado a cabo cumpliendo con la metodología propuesta por la norma internacional *UNE-ISO 20252 de investigación de mercados, social y de la opinión*. Con la aplicación de esta norma se trata de objetivar los procedimientos de ejecución, reduciendo la incertidumbre y la arbitrariedad.

4.1. Encuestas online

El cuestionario es un procedimiento considerado clásico por la investigación de mercados para la obtención y registro de datos. Consiste en un conjunto de preguntas estructuradas que versan sobre la materia de interés, dotando de versatilidad a una herramienta muy valiosa para el análisis de las fuentes directas.

El objetivo de esta consulta es, por un lado, el fomento de la participación de los distintos agentes en la elaboración del plan estratégico y, por otro lado, la identificación de necesidades y puntos fuertes que complementen el diagnóstico documental. Para su ejecución, se realiza una encuesta online utilizando el formato de Google Form, dado que se trata de un método rápido, masivo y efectivo.

Ficha técnica:

- **Universo:** Población local de Santiago del Teide (11.281 personas empadronadas – ISTAC, 2020).
- **Muestra:** Se propone un cuestionario abierto, dirigido a toda la población. Para garantizar un mínimo de representatividad de este, se calcula la siguiente muestra mínima:

- Para un nivel del 10% de error, 95% de confianza: 96 personas.
- Para un nivel del 10% de error, 90% de confianza: 68 personas.
- **Técnica de recolección:** cuestionario online autoadministrado situado en la página web y redes sociales del Ayuntamiento de Santiago del Teide.
- **Información a recoger:**
 - Situación turística del municipio.
 - Perspectivas sobre la situación del empleo turístico.
 - Conocimiento de las iniciativas realizadas por parte del Ayuntamiento de Santiago del Teide.

Contenido del cuestionario online

Datos de control

0. ¿Dónde vive?

Acantilados de Los Gigantes

Arguayo

Las Manchas

El Molledo

Puerto de Santiago

El Retamar

Santiago del Teide (capital municipal)

Tamaímo

Valle de Arriba

Otro municipio distinto a Santiago del Teide

Situación turística del municipio

1. ¿Trabaja en el sector turístico? Indique una sola opción

- a) *Sí*
- b) *No*
- c) *Estoy en ERTE*

2. ¿Cómo ve usted la situación turística del municipio de Santiago del Teide? Indique una sola opción

- a) *Muy mala*
- b) *Mala*
- c) *Regular*
- d) *Buena*
- e) *Muy buena*

2.1. ¿Por qué? Explique brevemente su respuesta.

3. ¿Sabe usted que Santiago del Teide es Destino Turístico Inteligente? Indique una sola opción

- a) *Sí*
- b) *No*
- c) *No sé lo que es Destino Turístico Inteligente*

4. ¿Conoce otras iniciativas vinculadas a turismo que haya llevado a cabo el Ayuntamiento?

- a) Sí (pasar a pregunta 4.1)
- b) No

4.1. ¿Cuáles? Explicar brevemente

Muchas gracias por colaborar con el Ayuntamiento de Santiago del Teide.

Ilustración 3. Imagen formulario Google Form



Resultados de la encuesta

De las personas que han participado en la encuesta, siendo un 83,3% residentes de Puerto Santiago y un 16,7% residentes de Tamaimo, la mitad trabaja en el sector turístico.

Un 33,4% considera que la situación turística del municipio es regular o mala, remarcando las consecuencias de la crisis sanitaria sobre el sector y la percepción de abandono de la zona costera que, a pesar de ser la zona más activa turísticamente, no se encuentra en las mejores condiciones (alumbrado, limpieza, gestión de residuos, etc.) Aunque por otro lado se detecta dinamismo y flujo de visitantes y turistas.

Ante la pregunta que plantea el nivel de conocimiento sobre las iniciativas en materia turística desarrolladas en Santiago del Teide:

- ✓ En lo referente a Destino Turístico Inteligente (DTI), un 50% contesta que no tiene conocimiento alguno, incluso, que no saben que significa ser un DTI;
- ✓ En lo referente a iniciativas desarrolladas, un 66,7% no conoce las acciones llevadas a cabo.

En resumen, la población que ha participado en el cuestionario percibe flujo de visitantes y turistas en el municipio, aunque existe cierta dejadez en el mantenimiento de las zonas más visitadas. Y, por otro lado, no hay un gran conocimiento de las iniciativas llevadas a cabo en materia turística en el municipio.

4.2. Entrevistas en profundidad

La entrevista en profundidad es un método de recolección de datos cualitativos que permiten recopilar una gran cantidad de información sobre la percepción de la realidad por parte de la persona entrevistada.

Las entrevistas han sido organizadas con personas que tienen una relevancia específica en el municipio, así como personas que por su conocimiento y experiencia pueden aportar una visión clara e interesante sobre la situación actual del municipio. El Ayuntamiento de Santiago del Teide, desde su área de turismo, ha sido el encargado de realizar el mapa de actores e identificar a las personas participantes en las entrevistas en profundidad.

El objetivo de las entrevistas en profundidad es identificar los asuntos que resulten más relevantes y que puedan determinar las expectativas de los actores sobre las actuaciones a realizar para la dinamización del sector y los proyectos que se puedan desarrollar.

Los perfiles propuestos como idóneos para ser entrevistados son:

- ✓ Asociaciones de oferta turística y comerciales.
- ✓ Empresas del sector turístico.
- ✓ Entidades públicas vinculadas a la gestión turística.
- ✓ Entidades de otros sectores relacionados.

El contenido de la entrevista en profundidad se detalla a continuación:

Datos de control:

- *Nombre de la entidad entrevistada:*
- *Persona entrevistada:*
- *Nombre del entrevistador/a:*
- *Fecha y hora de la entrevista:*
- *Lugar:*

OFERTA:

P1. ¿Qué servicios y actividades realizan con respecto al turismo en Santiago del Teide?

P2. ¿Qué necesidades identifica en Santiago del Teide como destino turístico (formación, financiación, personal, etc.)?

P3. ¿Ha realizado algún tipo de inversión para mejorar su oferta de servicios en los últimos años?

- Si (Contestar 3.1 y 3.2)
 - 3.1 ¿Qué tipo de mejoras ha realizado? (ej.: renovación de mobiliario, adecuación de terraza, accesibilidad, eficiencia energética).
 - 3.2 ¿Cuándo realizó las mejoras?
- No (Contestar 3.3)
 - 3.3 Motivo por el que no ha realizado ninguna inversión en los últimos años. Contestar brevemente.

3.4 ¿Tiene previsto realizar alguna mejora-inversión en los próximos meses?

- Si (Contestar 3.5)
 - 3.5 ¿Cuál? Contestar brevemente.
- No

P4. ¿Considera importante la accesibilidad?

- Sí
- No

4.1 ¿Cómo podría adaptarse la oferta para ser más inclusiva?

DEMANDA:

P5. ¿Cómo cree que evolucionará la demanda turística en los próximos 2-3 años?

DESTINO:

P6. ¿Qué necesidades identifica en Santiago del Teide con respecto a la situación de los recursos turísticos (playas, núcleos, etc.)

6.1 ¿Cómo mejoraría la situación de los recursos y atractivos de Santiago del Teide para adaptarlos a las necesidades del mercado turístico? (Acceso, servicios ofrecidos, permisos para su uso, nivel de cuidado de estos, etc.)

CONTEXTO:

P7. ¿Cómo ha afectado la pandemia a su actividad?

7.1. ¿Qué acciones han tomado para afrontar esta crisis?

P8. ¿Qué medidas tomaría para hacer frente al reto de la sostenibilidad y el cambio climático?

P9. ¿Su entidad hace uso de las nuevas tecnologías (realidad virtual, realidad aumentada, inteligencia artificial)?

9.1. ¿Qué oportunidades y amenazas identifica en este sentido?

P10. ¿Cómo consideran la situación del turismo en Santiago del Teide tras el BREXIT?

10.1. ¿Qué acciones ven necesarias para hacer frente a esta amenaza?

P11. ¿Suele colaborar con otras empresas, clubes, entidades públicas, organizaciones benéficas, grupos de investigación, etc.?

11.1. ¿Mantienen alianzas estratégicas o sólo colaboraciones puntuales?

Tras la realización del mapa de actores por parte de la Entidad Local, el listado de personas propuestas a entrevistar fue el siguiente:

Empresa	Actividad	Persona de contacto
Puerto deportivo de Los Gigantes	Náutica	Tomás Azcarate
Empresario individual	Montañismo y estudios	Juan Gregorio Oliva
Flipper 1 S.L.	Excursiones marítimas y avistamiento de cetáceos	Kim Schumacher
Landmar Hotels	Alojamiento turístico	José María Teixidó
Royal Sun Resort	Alojamiento turístico	Mark Akkerman
Restaurante El patio	Restauración	Pedro José Ramos Rodríguez
Teno Activo	Turismo activo	Iván Méndez
La Pérgola S.L.	Restauración	Joaquín de Juan Hernández
Barceló Santiago	Alojamiento turístico	Julio Barrientos
Vigilia Park	Alojamiento turístico	Viktoria Demeter
Asemteide	Asociación empresarial	Vanina Da Cámara

4.2.1. Resultados de las entrevistas

De las personas propuestas, el 82% tuvo disponibilidad para responder a la entrevista, de las cuales un 33% ofrecen servicios de alojamiento turístico, un 22% están vinculadas a la restauración y un 44% al turismo activo y deportivo. Las conclusiones alcanzadas, por temáticas, se resumen a continuación:

Servicios ofertados

Todas las empresas realizan labores de mantenimiento en sus instalaciones o servicios continuamente y apuestan por la mejora del servicio prestado al cliente realizando todas las mejoras necesarias: accesibilidad, eficiencia energética, autoconsumo, sustitución de los envases de plástico, son las más destacadas.

Evolución de la demanda

En general, se considera que la evolución de la demanda va a ser positiva, son optimistas, aunque dependerá todo de la evolución de la pandemia. Consideran que Canarias es un destino seguro y con buen clima, aspectos valorados por la demanda actual.

Destino

Se pone en valor los atractivos con los que cuenta Santiago del Teide, sobre todo su entorno natural, playas y cultura. Estas son consideradas las principales atracciones turísticas del municipio. Aunque se considera que existe un cierto abandono, sobre todo, de la zona de costa que cuenta con zonas obsoletas y que no están a la altura del destino. Es preciso inversión en infraestructuras y embellecimiento de los entornos, así como apostar por un servicio de calidad.

Existen dos necesidades que todas las personas entrevistadas consideran prioritarias. Por un lado, dar solución a los problemas de estacionamiento ya que esto provoca cuellos de botella, saturación de los núcleos y pérdida de visitantes. A esta necesidad, proponen localizar aparcamientos en las afueras de los núcleos y prestar un servicio de lanzadera. Y otra necesidad es la falta de personal cualificado y las competencias idiomáticas.

Contexto: pandemia y Brexit

A todas las empresas les ha afectado la pandemia ya que todas dependen de la actividad turística. En la mayoría de los casos, han acudido a los expedientes de regulación temporal de empleo (ERTE), créditos ICO y cierres temporales para hacerle frente, pudiendo recuperar cierta actividad a partir de julio de 2021 (en la mayoría de los casos) pero siguen pendientes de la evolución de la pandemia.

En cuanto al Brexit, son conscientes de que Santiago del Teide es un destino con un gran volumen de personas británicas, pero todavía no saben valorar los efectos del Brexit porque ha surgido la crisis sanitaria. Aunque si consideran necesario que se intente atraer turistas de otros mercados.

Colaboraciones

La mayoría de las empresas realizan colaboraciones puntuales con otras empresas de su sector y con el ayuntamiento. En general, muestran predisposición en participar en procesos participativos que mejoren el destino.

4.3. Sesión de trabajo

Otra de las herramientas utilizadas para la realización de esta estrategia turística ha sido la sesión de trabajo. Esta sesión de trabajo estaba dirigida a asociaciones y entidades de especial interés para el proyecto, con el objeto de contrastar y corroborar las conclusiones obtenidas en el diagnóstico documental. En este sentido, se ha contado con la participación del grupo de acción local del municipio que cuenta con experiencia en la participación de proyectos y estudios similares, como es el caso del proyecto *EcoTur Santiago del Teide Interreg Mac 2014-2020*.

Asimismo, tal y como ocurre con las entrevistas, también servirán para identificar los asuntos que puedan determinar las expectativas de los actores sobre las actuaciones a realizar para la dinamización del sector y los proyectos que se puedan desarrollar.

Durante la sesión, se trabaja los aspectos relacionados con el análisis documental y el diagnóstico. En concreto, las temáticas tratadas fueron las siguientes:

- La detección de las debilidades y fortalezas del sector turístico municipal.
- La validación (y revisión, en su caso) de las amenazas y oportunidades detectadas por Innovaris durante las acciones anteriores.
- La propuesta de acciones o líneas de actuación.

La sesión tuvo lugar el 20 de diciembre de 2021, teniendo una duración de 90 minutos. Durante la ronda de opiniones se trataron distintos temas de interés a través de las siguientes preguntas:

- ✓ *Situación del destino: ¿Cómo ven la situación turística del municipio de Santiago del Teide (fortalezas, debilidades)? ¿Por qué?*
- ✓ *Digitalización: ¿Qué oportunidades y amenazas identifican en relación con la transformación digital?*
- ✓ *Perspectivas sobre el empleo en el sector: ¿Cómo consideran la situación del empleo en el sector turístico de Santiago del Teide?; ¿Cómo ven el futuro a corto - medio plazo (2 años) del empleo en el sector?*
- ✓ *Santiago del Teide como destino turístico: ¿Cómo ven el futuro de Santiago del Teide como destino?*

Ilustración 4. Captura pantalla sesión participativa (20 de diciembre de 2021)



Principales conclusiones

Las principales conclusiones recogidas de la sesión participativa han sido:

Fortalezas

- ✓ El municipio cuenta con un patrimonio natural, tanto en costa como en medianías, que es el principal atractivo turístico.
- ✓ Destino de Sol y Playa consolidado con muchos años de experiencia.

- ✓ Dispone de los atributos necesarios para apostar por la diversificación de productos.
- ✓ Puerto deportivo bien equipado y con una oferta variada de servicios.

Debilidades

- ✓ Territorio limitado.
- ✓ Problemas de aparcamiento y movilidad dentro de los núcleos urbanos.
- ✓ Escasa digitalización de la oferta, sobre todo, comercio local. Esto afecta a la atracción de visitantes.
- ✓ Dificultades para encontrar perfiles profesionales cualificados y competencias idiomáticas.
- ✓ Necesario una mejora en las infraestructuras y embellecimiento de los núcleos turísticos.
- ✓ Oferta complementaria insuficiente.
- ✓ Apuesta insuficiente por la calidad en los servicios, por falta de recursos económico o iniciativa privada.

Acciones propuestas

- ✓ Potenciar el turismo de naturaleza para deslocalizar la concentración turística de la costa hacia medianías.
- ✓ Solucionar los problemas de estacionamiento con la construcción de aparcamientos en las afueras de los núcleos turísticos y servicio de lanzadera.
- ✓ Mejora de las infraestructuras en los núcleos turísticos siguiendo criterios de sostenibilidad y accesibilidad.
- ✓ Embellecimiento de la zona de costa.
- ✓ Apuesta por la digitalización de la oferta complementaria.
- ✓ Realizar acciones que impulsen el producto gastronómico ya que se considera que el municipio tiene potencial ya que cuenta con productos locales de gran calidad (miel, queso, almendras, ...)
- ✓ Programas de formación que mejoren la profesionalización de los y las profesionales del sector, sobre todo en idiomas y competencias digitales.

5. Análisis DAFO

Como conclusión del diagnóstico desarrollado, se realiza un análisis DAFO (de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades). Esta herramienta permite analizar la situación actual ya que posibilita conocer las ventajas e inconvenientes desde un punto de vista interno (Debilidades y Fortalezas) y desde un punto de vista externo (Amenazas y Oportunidades). El DAFO se elabora a partir de los resultados y conclusiones obtenidos mediante las herramientas diagnósticas desarrolladas, desde el análisis documental de fuentes secundarias hasta el diagnóstico participativo con la encuesta, entrevistas y sesión de trabajo.

Los principales resultados se muestran a continuación:

5.1. Debilidades

- ✓ Falta de unidad en la oferta de productos y servicios turísticos en el municipio (existen numerosas empresas, pero no hay un nexo de unión en la oferta).
- ✓ Escasa diferenciación de la oferta turística (el número de entidades que se dedican a desempeñar la misma actividad es bastante amplia, sin una auténtica diferenciación, posicionamiento o especialización, lo cual hace que una potencial reserva o búsqueda de un turista resulte algo difusa).
- ✓ Diversos puntos de ventas de recursos y/o servicios se encuentran obsoletos (la digitalización y comercialización de productos y servicios, debe ser un aspecto fundamental a la hora de potenciar la oferta)
- ✓ Actividades o recursos potencialmente importantes, sin explotar (Miradores, rutas de senderismo, bienes culturales).
- ✓ Inexistencia de una entidad de gestión con colaboración público – privada.
- ✓ Escasa digitalización de la oferta turística.
- ✓ Problemas de estacionamiento en todo el municipio que impiden que los visitantes se queden más tiempo en el municipio.
- ✓ Falta de personal formado en el sector turístico

- ✓ Ausencia de personal con conocimiento de idiomas
- ✓ Gestión de residuos poco eficiente en el municipio
- ✓ Entornos degradados por desechos y escombros (senderos, zonas de la costa...)

- ✓ Existencia de una marca promocional de producto gastronómico y turístico: *SDT "Gastro Lovers"*.
- ✓ Municipio perteneciente a la Ruta Jacobea.
- ✓ Potencial de crecimiento sostenible.

5.2. Fortalezas

- ✓ Presencia de recursos turísticos con un valor importantes para diversificar la oferta (senderos, oferta gastronómica, etc).
- ✓ Presencia de espacios naturales de gran interés, con infraestructura turística disponible (Espacios Naturales Protegidos, playas con bandera azul, etc).
- ✓ Destino reconocido por sus recursos naturales singulares (Los Gigantes)
- ✓ Producto local singular con gran potencial de explotación
- ✓ Potencial para diversificar la oferta hacia otros tipos de turismo: turismo activo, turismo de volcanes, avistamiento de cetáceos, turismo científico botánico.
- ✓ Municipio adherido a la Red Destinos Turísticos Inteligentes.

5.3. Amenazas

- ✓ Diversos municipios alrededor con algunas características, recursos, productos o servicios similares.
- ✓ Ser identificado como un destino exclusivamente ofertante de "sol y playa".
- ✓ Importante dependencia histórica del turismo británico.
- ✓ Descenso del 20,1% del PIB en Canarias frente a la caída del 11% de la media nacional, como consecuencia de las restricciones de viaje y medidas sanitarias.
- ✓ Restricciones de viaje en los países de origen de los turistas, provocadas por la pandemia.
- ✓ Consecuencias del Brexit en la demanda turística: desconfianza, disminución de llegadas, subida de los precios

para este mercado, etc. y gran dependencia de este mercado (y, especialmente, el segmento de turismo deportivo).

- ✓ Mayor regulación sanitaria, que afecta de forma directa a la actividad turística.
- ✓ Posibilidad de contagios en la realización de actividades turísticas.
- ✓ Regulación de los ENP (No todos tienen los mismos usos permitidos, dependiendo éstos de la categoría de protección y del área concreta).
- ✓ Efectos del cambio climático (cambio de la temperatura media anual, subida del nivel del mar, etc.)
- ✓ Riesgos asociados al flujo turístico en los recursos naturales (masificación, degradación del paisaje, basura en espacios protegidos y ciudades, etc.)
- ✓ Aumento de la incertidumbre en el entorno, debido a factores como la pandemia y la quiebra de grandes turoperadores.

5.4. Oportunidades

- ✓ Similitudes entre los recursos turísticos y las nuevas tendencias turísticas.
- ✓ Entre los motivos principales para elegir las islas se encuentran el clima, la tranquilidad y la seguridad, aspecto muy valorado actualmente, así como el mar y las playas.
- ✓ Los turistas valoran positivamente los entornos ambientales y los paisajes de las islas.
- ✓ Apoyo institucional a políticas de mitigación del cambio climático, transición ecológica y digitalización.
- ✓ Mejora de la eficiencia y eficacia en los servicios y productos ofrecidos gracias a la digitalización.
- ✓ Apoyo institucional a la mejora de la calidad del empleo y formación del sector (redunda en mayor productividad).
- ✓ La pandemia ha provocado que el cuidado de la salud sea considerado como muy importante por parte de la población en general.
- ✓ Revolución tecnológica.

- ✓ Nueva plataforma de comercialización y promoción del Gobierno de Canarias.
- ✓ Existencia de certificaciones de calidad y sostenibilidad a las que optar a adhesión, tales como SICTED y CETS.

Bloque 2:

Estrategia



6. Análisis CAME

Tras la elaboración del análisis DAFO, desarrollado en el punto 5 anterior, se dispone de un diagnóstico de la situación que sirva de base para la estrategia. A partir del DAFO, se realiza un análisis CAME que propone estrategias combinando los elementos del primero, permitiendo plantear acciones estratégicas a partir de los resultados del DAFO.

Las combinaciones planteadas a través del CAME se enfocan desde los siguientes aspectos:

- ✓ **Corregir debilidades:** tomar las medidas necesarias para eliminar o minimizar las debilidades detectadas.
- ✓ **Afrontar amenazas:** evitar que las amenazas se conviertan en debilidades
- ✓ **Mantener fortalezas:** preservar las fortalezas haciendo que estas influyan positivamente en el territorio.
- ✓ **Explotar oportunidades:** crear estrategias y planificar acciones que aprovechen las oportunidades y las conviertan en fortalezas.

Corregir debilidades

- ✓ Posicionamiento y diferenciación de actividades y servicios: es necesaria la unificación de esfuerzos y estrategias para desarrollar actividades vinculadas al desarrollo del destino en general, teniendo en cuenta los intereses particulares de las diferentes entidades. El objetivo es generar sinergias y estrategias que impulsen la oferta turística y el aprovechamiento de recursos no explotados.
- ✓ Creación de un canal colaborativo entre empresas del sector turístico que permita conocer las necesidades del municipio, creación de nuevos productos y servicios y creación de alianzas entre las empresas participantes.
- ✓ Sensibilización de la población local y visitante sobre la necesidad de cuidar los espacios naturales protegidos del municipio, así como concienciación sobre el ahorro energético y de agua y el reciclaje.
- ✓ Armonización, embellecimiento y mejora de la caminabilidad de diversas zonas transitadas del municipio.

- ✓ Programas formativos para profesionales del sector y en idiomas.
- ✓ Establecer programas de voluntariado para recogida de residuos.
- ✓ Estudio de estacionamientos disuasorios que permitan atraer al turista al municipio, y no solo al visitante.

Afrontar amenazas

- ✓ Comercialización de la oferta hacía diferentes mercados. La dependencia del turismo británico en el municipio identifica como importante el aspecto de llevar la oferta turística hacia otros mercados emisores.
- ✓ Programa de sensorización de las zonas con mayor afluencia para detectar posibles zonas degradadas y controlar la capacidad de carga del municipio.
- ✓ Convertir a Santiago del Teide en un municipio más sostenible con un plan de gestión de residuos, de puntos de recarga de coches eléctricos y con campañas de concienciación ambiental.

Mantener fortalezas

- ✓ Promoción del producto local de Santiago del Teide.
- ✓ Promoción de la Ruta Jacobea de Santiago del Teide.
- ✓ Adecuación de senderos e infraestructuras para la práctica de turismo activo.
- ✓ Promoción de la marca “Diferente por naturaleza” de Santiago del Teide.

Explotar oportunidades

- ✓ Apoyo y asesoramiento a PYMES en sostenibilidad y calidad para alcanzar una línea común para adherirse a SICTED y CETS.
- ✓ Diversificación de la oferta apostando por el turismo activo.
- ✓ Mejora de la eficiencia energética y sostenibilidad del municipio, estableciendo acciones relacionadas con la mejora de equipamientos y alumbrado público, con la instalación de puntos de recarga para coches eléctricos, entre otras actuaciones.
- ✓ Instalación de una red Wifi pública en el municipio.
- ✓ Apoyo en materia formativa de transformación digital a PYMES.

7. Objetivos y líneas estratégicas

Partiendo de la realización de un diagnóstico basado en un análisis de contexto y un proceso participativo, así como un análisis DAFO-CAME que ha permitido conocer la situación del municipio, sus necesidades y los nuevos retos que debe afrontar de cara a futuro, se plantean como objetivo general mejorar la competitividad del destino mediante la diversificación de la oferta aprovechando la riqueza natural del municipio.

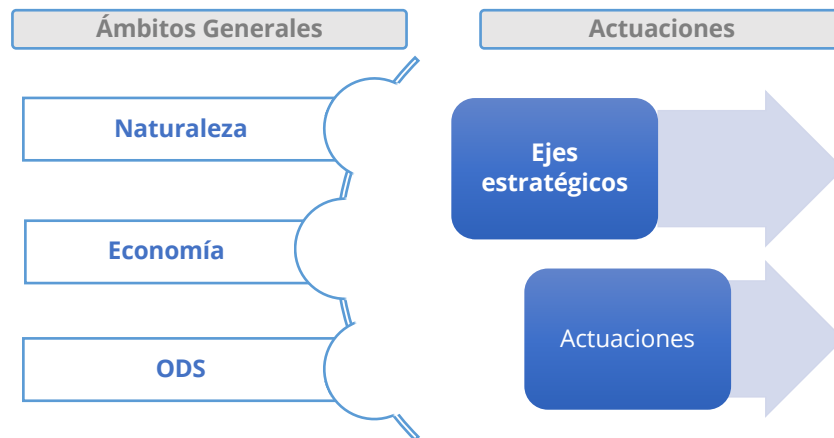
Como objetivos específicos se plantean:

1. Impulso del turismo de naturaleza en el municipio.
2. Mejora de la movilidad y accesibilidad de los núcleos turísticos.
3. Impulso y apoyo a las PYMES locales.
4. Puesta en valor del patrimonio natural, cultural y gastronómico.
5. Gestión eficiente en materia de sostenibilidad del destino.

8. Plan de acción y hoja de ruta

8.1. Plan de acción

Las propuestas planteadas se han desarrollado en base a la siguiente estructura general configurada en diferentes niveles, como se expone a continuación:



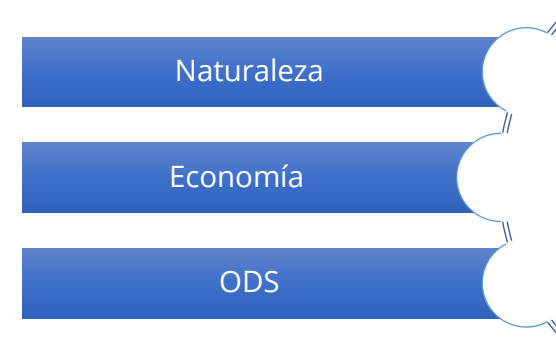
Se han definido **3 ÁMBITOS GENERALES**, a través de los cuales se articulan todas las actuaciones del Plan. Estas actuaciones se agrupan en **5 EJES** en los que se agruparán **48 Actuaciones** concretas de

desarrollo, que tratarán dar respuesta a los retos planteados y al logro de los objetivos marcados, en atención al diagnóstico realizado.

Cada una de las actuaciones propuestas se desarrolla en una **ficha explicativa**, que recoge una descripción de los aspectos que justifican su puesta en marcha, descripción de actividades a desarrollar, temporalización y presupuesto.

8.2. Ámbitos generales: naturaleza, economía y ODS

Como temas principales que dotan de coherencia al plan en forma de capas transversales, se proponen el naturaleza, economía y ODS.



■ Naturaleza

No se puede concebir un plan de estrategia turística sostenible sin contemplar la importancia de la naturaleza. Máxime en un territorio como Santiago del Teide. El desarrollo del turismo como impulso económico del municipio, con sus actividades conexas y complementarias, debe entenderse en este Plan siempre desde un enfoque de sostenibilidad. En cualquier caso, siempre se tienen en consideración los posibles impactos ambientales que en los que pueden incurrir las actuaciones propuestas.

■ Economía

El turismo es considerado como una actividad que genera efectos de arrastre hacia el resto de actividades, incidiendo en otras actividades, con la participación de los diferentes grupos de interés y, en definitiva, que genera economía en Santiago del Teide.

El enfoque económico no puede pasar desapercibido en esta estrategia que, si bien, observará la sostenibilidad y la

participación, tiene en la economía una capa que lo envuelve todo.

■ ODS

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son una iniciativa que trasciende a su concepción inicial. Se han convertido en objetivo a cumplir, motivación para impulsar iniciativas que mejoren la vida de las personas, pero también en ámbitos transversales que impregnan la definición de estrategias de desarrollo de cualquier ámbito y también el turismo.

Se han incluido estos conceptos genéricos como ámbitos transversales que circundan todo el Plan. Esto está basado en la transversalidad de los mismos, toda vez que el resto de enfoques están impregnados de ellos de forma global y permanente. La dificultad para la asignación concreta a un concepto específico es la que lleva a considerarlos como tales.

8.3. Ejes Estratégicos

Todas las actuaciones del Plan se agrupan en 5 Ejes Estratégicos que definen los grandes enfoques del mismo y que contienen sus diferentes líneas de actuación.

Los ejes propuestos son los siguientes:

- ✓ **1. Gestión y gobernanza colaborativa**
- ✓ **2. Sostenibilidad**
- ✓ **3. Competitividad y calidad turística**
- ✓ **4. Digitalización**
- ✓ **5. Infraestructuras y servicios**

8.4. Propuesta de acciones

Se han propuesto 48 actuaciones, articuladas sobre los referidos Ejes Estratégicos que conforman el Plan que, como se ha comentado, se configura a través de los resultados y aportaciones del diagnóstico realizado y con las aportaciones realizadas a través del proceso participativo.

Se debe tener en cuenta que existen actuaciones que se encuentran ya en marcha, de tal forma que lo que se propone en el Plan será complementario y aportará valor adicional a las acciones en proceso.

A continuación, se exponen las **fichas de actuaciones** acotadas a los siguientes campos:

- ✓ EJE: Eje estratégico.
- ✓ ACTUACIÓN: Código y Nombre de la actuación.
- ✓ JUSTIFICACIÓN: Breve argumento de por qué es pertinente la actuación, con especial referencia a las necesidades que trata de cubrir.
- ✓ DESCRIPCIÓN: Breve descripción de la actuación.
- ✓ OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN: Objetivos que se pretenden cumplir con la ejecución de la actuación.
- ✓ PRESUPUESTO: Estimación del presupuesto ligado a la actuación. Se especifica el % que supone el presupuesto de la actuación respecto al Eje Estratégico y el % respecto al presupuesto total del Plan. En los casos en los que se considere una acción interna del Ayuntamiento o que no suponga un presupuesto concreto se indicará con “-”.

- ✓ FECHA DE EJECUCIÓN: Anualidad(es) en las que se desarrolla y fechas de inicio y finalización.
- ✓ RESULTADOS PREVISTOS: Principales resultados que se esperan obtener derivados de la actuación.
- ✓ ODS A LOS QUE CONTRIBUYE: Principales (3) Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a los que contribuye la actuación.
- ✓ INDICADORES: Propuesta básica de indicadores que permitan realizar un seguimiento y evaluación de la ejecución.

MAPA DE CALOR: Se estima el nivel de urgencia en la aplicación de la actuación, en coherencia con la temporalidad propuesta para cada una de ellas. Por otro lado, se valora el nivel de impacto directo de la actuación sobre el resultado del plan. En ambos casos, se valora desde 1 (poco/bajo) a 6 (mucho/alto). Nótese que todas las actuaciones contempladas en el plan son consideradas relevantes, necesarias y con impacto. La valoración para el mapa de calor trata de priorizar los valores descritos entre todas las acciones.

8.4.1. Fichas de acciones

EJE	1. Gestión y gobernanza colaborativa				
ACCIÓN	1.1.- Mesa de turismo sostenible del municipio				
JUSTIFICACIÓN	La crisis sanitaria del Covid-19 ha puesto de manifiesto la necesidad de contar con territorios resilientes que respondan eficaz y eficientemente a los cambios y dificultades. En este sentido, son los territorios que cuentan con un modelo de gobernanza participativa los que están demostrando mayor nivel de resiliencia ya que todos los agentes implicados comparten responsabilidades y esfuerzos en la consecución de los objetivos a alcanzar.				
DESCRIPCIÓN	Creación de la mesa de turismo sostenible del municipio donde se lleve a cabo un modelo de gobernanza participativa y donde esten representados todos los agentes implicados en el actividad turística.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Apostar por el modelo de gobernanza participativa Contar con todos los agentes implicados en la cadena de valor turística para la reconversión del destino Convertir a la sostenibilidad como el eje transversal de todas las acciones a llevar a cabo en el destino				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Organización y planificación de las sesiones. - Definición de las vías de comunicación. - Realización de las mesas (al menos dos veces al año). - Publicación y difusión de las actas de las mesas de trabajo (conclusiones, acuerdos, ...) que garantice un criterio de transparencia. 				
PRESUPUESTO	3.000 €	% DEL EJE	66,67%	% DEL PLAN	0,09%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1 Anualidad 2 Anualidad 3	FECHA INICIO	II Trim. 2022	FECHA FIN	III Trim. 2024
RESULTADOS PREVISTOS	Creación de una mesa de trabajo formada por todos los actores implicados en la cadena de valor del sector turístico (públicos y privados) tomen decisiones mediante gobernanza participativa.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos</p> <p>Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas</p>				
INDICADORES	<p>Nº de personas que forman parte de la mesa.</p> <p>Nº de actividades económicas representadas.</p> <p>Nº de reuniones celebradas/año</p> <p>Nº de consensos alcanzados/año</p>				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	5	

EJE	1. Gestión y gobernanza colaborativa				
ACCIÓN	1.2.- Puesta en marcha del plan estratégico y seguimiento				
JUSTIFICACIÓN	La realización de un plan estratégico es una apuesta para lograr un destino diferenciado. Para ello, es necesario dinamizar y gestionar las acciones propuestas para aspirar a la consecución de los objetivos deseados.				
DESCRIPCIÓN	Comienzo y seguimiento del plan estratégico				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Mejorar el posicionamiento del destino turístico Cumplir con los objetivos marcados				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Definición de hitos - Realización del cronograma de acciones - Redacción de informe de seguimiento y reporte de incidencias 				
PRESUPUESTO		% DEL EJE	-	% DEL PLAN	-
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1 Anualidad 3	FECHA INICIO	I Trim. 2022	FECHA FIN	IV Trim. 2024
RESULTADOS PREVISTOS	Implantación de la estrategia en el territorio, apostando por alcanzar los objetivos establecidos, así como llevar a cabo su correcto seguimiento durante la ejecución del mismo.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles				
INDICADORES	Puesta en marcha del plan estratégico % de acciones implementadas				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	5	IMPACTO	5	

EJE	1. Gestión y gobernanza colaborativa					
ACCIÓN	1.3.- Evaluación del plan estratégico					
JUSTIFICACIÓN	Los indicadores con instrumentos para evaluar hasta que punto se están alcanzando los objetivos estratégicos, ofrecen información sobre la gestión, implementación e impacto. Su seguimiento permite conocer, en todo momento, los impactos generados y conocer las desviaciones existentes que dará lugar a una redefinición de la estrategia.					
DESCRIPCIÓN	Sistema de indicadores de resultados que permita medir el impacto del plan.					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Medir el impacto del plan estratégico en el destino Detectar desviaciones de los objetivos planteados y aplicar correcciones Dar continuidad a la estrategia					
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Evaluación del impacto de la implantación del plan estratégico - Objetivos alcanzados - Desviaciones - Propuesta de acciones correctoras					
PRESUPUESTO		% DEL EJE	-	% DEL PLAN	-	
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1 Anualidad 2 Anualidad 3	FECHA INICIO	IV Trim. 2022	FECHA FIN	IV Trim. 2024	
RESULTADOS PREVISTOS	Evaluación del impacto del plan estratégico y grado de cumplimiento de los objetivos, permitiendo la correcta toma de decisiones y la corrección de las posibles desviaciones.					
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles					
INDICADORES	Grado de consecución de los objetivos Medición de los indicadores N° de objetivos alcanzados					
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	5		

EJE	1. Gestión y gobernanza colaborativa					
ACCIÓN	1.4.- Adaptación del plan estratégico					
JUSTIFICACIÓN	Los continuos cambios en los mercados (oferta y demanda) obligan a convertir los planes estratégicos en herramientas flexibles, capaces de adaptarse con rapidez a los cambios. Para ello, es necesario realizar revisiones continuas que permitan acometer las modificaciones necesarias para dar la mejor respuesta.					
DESCRIPCIÓN	Revisión del plan estratégico para su actualización en función de las necesidades y oportunidades detectadas.					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Dar respuesta a las necesidades y expectativas de la demanda Dotar de flexibilidad al plan para adaptarlo a las necesidades y cambios. Dar continuidad a la estrategia					
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la evaluación del plan estratégico - Redacción de propuestas de acciones - Detección de nuevas tendencias - Validación del nuevo plan - Planteamiento de nuevo proceso participativo 					
PRESUPUESTO		% DEL EJE	-	% DEL PLAN	-	
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2 Anualidad 3	FECHA INICIO	I Trim. 2023	FECHA FIN	I Trim. 2024	
RESULTADOS PREVISTOS	Capacidad de adaptar la estrategia turística a los posibles cambios en la demanda, de contexto, o similar, procurando un destino resiliente y competitivo.					
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles					
INDICADORES	Nºde adaptaciones realizadas Nº de revisiones realizadas					
MAPA DE CALOR	URGENCIA	3		IMPACTO	4	

EJE	1. Gestión y gobernanza colaborativa				
ACCIÓN	1.5.- Creación de un ecosistema de partners				
JUSTIFICACIÓN	Una de las necesidades manifestadas en el proceso participativo es la escasez de colaboración entre agentes para la oferta de experiencias turísticas que diferencien al destino. La innovación y especialización es una de las claves para mejorar el posicionamiento del destino.				
DESCRIPCIÓN	Creación de un entorno o canal colaborativo, guiado por el Ayuntamiento, donde surjan nuevos productos y servicios vinculados al turismo deportivo fruto de la colaboración entre empresas.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Crear nueva oferta turística Impulsar la economía local Crear oportunidades de empleo				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Organización de sesiones de trabajo - Networking - Cierre de acuerdos de colaboración entre las empresas participantes. - Aparición de nuevos productos y/o servicios				
PRESUPUESTO	1.500 €	% DEL EJE	33,33%	% DEL PLAN	0,05%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1 Anualidad 2	FECHA INICIO	II Trim. 2022	FECHA FIN	III Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Fomento de la economía local, mediante la creación de nuevos productos turísticos y colaboraciones entre las empresas del municipio.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos				
INDICADORES	N° de partners N° de colaboraciones alcanzadas				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	2	

EJE	2. Sostenibilidad				
ACCIÓN	2.1.- Estudio sobre el impacto ambiental y la capacidad de carga de las zonas más visitadas				
JUSTIFICACIÓN	La protección de entorno natural protegido es una prioridad en la apuesta por la sostenibilidad y lucha contra el cambio climático. Para proteger el patrimonio natural es necesario conocer las capacidades de carga turística del espacio ya sea desde el punto de vista físico, ecológico, económico, social, ...				
DESCRIPCIÓN	Realización de un estudio sobre el impacto ambiental y la capacidad de carga de aquellos espacios con mayor interés turístico, sobre todo, los que se encuentran en espacios protegidos que permita racionalizar y gestionar de manera eficiente a estos.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Apostar por un modelo de destino turístico sostenible Proteger y preservar los recursos naturales en el destino Poner en valor los recursos naturales				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Realización de diagnóstico inicial mediante un análisis de contexto - Determinación de criterios de sostenibilidad a seguir y capacidad de carga por zonas transitadas - Identificación de zonas degradadas -				
PRESUPUESTO	15.000 €	% DEL EJE	1,76%	% DEL PLAN	0,47%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1	FECHA INICIO	I Trim. 2022	FECHA FIN	III Trim. 2022
RESULTADOS PREVISTOS	Protección del patrimonio natural, sobre todo de las reservas naturales, apostando por una gestión eficiente de los mismos bajo criterios de sostenibilidad.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad Objetivo 14. Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible				
INDICADORES	Redacción del estudio Nº de zonas estudiadas				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	5	IMPACTO	5	

EJE	2. Sostenibilidad				
ACCIÓN	2.2.- Sensorización de las zonas más visitadas				
JUSTIFICACIÓN	El control y seguimiento de la carga de cada espacio es una acción necesaria si se quiere desarrollar un modelo de turismo sostenible. La aplicación de medidas que protejan el territorio es fundamental.				
DESCRIPCIÓN	Desarrollo de un plan de sensorización en las zonas turísticas más visitadas que permitan el control y seguimiento de la carga de cada espacio que permita llevar a cabo acciones disuasorias en caso de superar los límites de carga establecidos.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Apostar por un modelo de destino turístico sostenible Proteger y preservar los recursos naturales en el destino Obtener información relevante para la toma de decisiones				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Ejecución de plan de sensorización - Control y seguimiento de la carga - Acciones correctivas en caso de superación del límite de carga				
PRESUPUESTO	60.000 €	% DEL EJE	7,06%	% DEL PLAN	1,86%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1 Anualidad 2	FECHA INICIO	III Trim. 2022	FECHA FIN	II Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Protección de los núcleos turísticos, huyendo de las masificaciones y apostando por la sostenibilidad en el territorio.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad				
INDICADORES	Nº de zonas sesorizadas Nº de sensores instalados				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	4	

EJE	2. Sostenibilidad				
ACCIÓN	2.3.- Campaña de educación ambiental				
JUSTIFICACIÓN	La educación ambiental es un elemento clave para la preservación del entorno natural. Los efectos de la interacción del individuo con el medio natural tienen consecuencias irreversibles, en muchos casos, por lo que es necesario concienciar, depertar actitudes y comportamientos de respeto hacia el cuidado de los espacios protegidos				
DESCRIPCIÓN	Puesta en marcha de una campaña de sensibilización y difusión de buenas prácticas en el cuidado de entornos naturales protegidos. Esta campaña estaría dirigida a la población, en general, y al turista en particular.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Apostar por un modelo de destino turístico sostenible</p> <p>Concienciar sobre la importancia de proteger y preservar los recursos naturales</p> <p>Ampliar la sensación de pertenencia de la población local</p>				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>- Elaboración de un programa en educación ambiental basado en las necesidades detectadas</p> <p>- Redacción de buenas prácticas ambientales a seguir</p>				
PRESUPUESTO	15.000 €	% DEL EJE	1,76%	% DEL PLAN	0,47%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1 Anualidad 2	FECHA INICIO	I Trim. 2023	FECHA FIN	III Trim. 2022
RESULTADOS PREVISTOS	Concienciación tanto de la población local como visitante, sobre la importancia de tener un comportamiento cívico y responsable en los entornos naturales, priorizando su respeto y preservación.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad				
INDICADORES	<p>Horas de duración de la campaña</p> <p>Nº de actividades realizadas</p> <p>Nº de personas participantes</p> <p>Nivel de satisfacción de las personas participantes</p>				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	4	

EJE	2. Sostenibilidad				
ACCIÓN	2.4.- Identificación de zonas degradadas con potencial turístico y su recuperación				
JUSTIFICACIÓN	La restauración de zonas degradadas es necesario para asegurar la conservación de los ecosistemas. Para ello, es necesario llevar a cabo un proceso de reducción, mitigación o reversión del daño causado para volver a la estructura, funciones, diversidad y dinámica natural.				
DESCRIPCIÓN	Estudio de identificación de aquellas zonas degradadas con potencial turístico y su plan de restauración ambiental				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Apostar por un modelo de destino turístico sostenible Proteger y preservar los recursos naturales en el destino Poner en valor los recursos naturales				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Diagnóstico inicial para identificar zonas con potencial turístico - Conocimiento de su estado de degradación - Planteamiento de actuaciones para su recuperación e impulso turístico				
PRESUPUESTO	250.000 €	% DEL EJE	29,41%	% DEL PLAN	7,76%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2	FECHA INICIO	I Trim. 2023	FECHA FIN	III Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Recuperación de espacios con potencial turísticos y reducción de los impactos negativos y contaminación en el medio natural.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad				
INDICADORES	Nº de zonas identificadas Nº de actuaciones de recuperación realizadas Nº de zonas recuperadas				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	4	

EJE	2. Sostenibilidad				
ACCIÓN	2.5.- Plan de gestión de residuos en zonas turísticas				
JUSTIFICACIÓN	El manejo adecuado de los residuos en las etapas que siguen a su generación permite mitigar los impactos negativos sobre el medio ambiente y reducir la presión sobre los recursos naturales.				
DESCRIPCIÓN	Definición de un plan de gestión de residuos que permita la correcta gestión de los mismos. Este plan debe de contener la identificación de los tipos de residuos y cantidad, fijación de unos objetivos para cumplir con las 3R y medidas para la recogida eficiente, entre otras cosas.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Apostar por un modelo de destino turístico sostenible Reducir la creación de residuos Potenciar las 3R: reducir, reciclar y reutilizar.				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Diagnóstico inicial para conocer el estado actual de la gestión de residuos en el municipio - Identificación de tipos de residuos y cantidades en el municipio - Recogida eficiente de los mismos -				
PRESUPUESTO	120.000 €	% DEL EJE	14,12%	% DEL PLAN	3,73%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 3	FECHA INICIO	II Trim. 2024	FECHA FIN	III Trim. 2024
RESULTADOS PREVISTOS	Gestión eficaz de la gestión de los residuos, desde su generación hasta su recogida, priorizando las 3R: reducción, reutilización y reciclaje.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad				
INDICADORES	Nº de zonas incluidas en el plan Nº de acciones recogidas Nº de objetivos a alcanzar				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	2	IMPACTO	5	

EJE	2. Sostenibilidad				
ACCIÓN	2.6.- Campaña de concienciación sobre ahorro energético, agua y gestión de residuos para turistas (temporada alta) y población, en general (todo el año)				
JUSTIFICACIÓN	La sostenibilidad es un objetivo al que aspiran todos los destinos turísticos ya que es primordial para proteger el entorno. Por ello, es importante que tanto oferta como demanda, así como la población local, conozcan el impacto de la actividad y los casos de buenas prácticas para llevarlos a cabo. El correcto uso del agua, la gestión de los residuos y las energías renovables se convierten en aliados para ello.				
DESCRIPCIÓN	Campaña de promoción para potenciar las energías renovables, el buen uso del agua y la gestión de residuos que permitan reducir el impacto de la actividad turística sobre el medio ambiente, en particular, y el de la población, en general.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Apostar por un modelo de destino turístico sostenible</p> <p>Concienciar sobre la importancia de cuidar el medio ambiente</p> <p>Proteger y preservar los recursos naturales en el destino</p>				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de un programa de concienciación ambiental basado en las necesidades detectadas - Definición de fechas de ejecución (en temporada alta principalmente para turistas y durante el año para la población local) - Definición de cómo se va a comunicar a población local y visitante (RRSS, publicidad, rótulos informativos, charlas...) 				
PRESUPUESTO	75.000 €	% DEL EJE	8,82%	% DEL PLAN	2,33%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 3	FECHA INICIO	II Trim. 2024	FECHA FIN	III Trim. 2024
RESULTADOS PREVISTOS	Concienciación tanto de la población local como visitante, sobre la importancia de reducir el consumo energético, hacer un uso responsable del agua y gestionar mejor los residuos, en definitiva, la importancia de adquirir comportamientos sostenibles para luchar contra el cambio climático y proteger el medio ambiente.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>Objetivo 6. Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos</p> <p>Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles</p> <p>Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas</p>				
INDICADORES	<p>Horas de duración de la campaña</p> <p>Nº de actividades realizadas</p> <p>Nº de personas participantes</p> <p>Variación de consumo eléctrico tras la campaña</p> <p>Variación de consumo de agua tras la campaña</p> <p>Variación de los residuos generados tras la campaña</p>				

MAPA DE CALOR	URGENCIA	2	IMPACTO	4
---------------	----------	---	---------	---

EJE	2. Sostenibilidad				
ACCIÓN	2.7.- Jornadas de divulgación de los valores naturales y patrimoniales del municipio				
JUSTIFICACIÓN	"No se cuida aquello que no se conoce". Es necesario que tanto el visitante como la población local conozcan la riqueza patrimonial y natural del municipio para ponerla en valor y preservarla.				
DESCRIPCIÓN	Plan de divulgación sobre la riqueza patrimonial y natural del municipio, tanto a turistas como a la población local. Este plan puede contemplar: charlas, divulgación en RRSS, campaña publicitaria...				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Poner en valor los recursos naturales y patrimoniales</p> <p>Diversificar la oferta turística</p> <p>Promocionar los recursos con los que cuenta el municipio.</p>				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un plan para difundir la riqueza patrimonial del municipio - Definición de fechas de ejecución - Determinación de cómo se va a comunicar el valor natural y patrimonial de Santiago del Teide a población local y visitante (campañas publicitarias, RRSS, charlas...) - 				
PRESUPUESTO	15.000 €	% DEL EJE	1,76%	% DEL PLAN	0,47%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1	FECHA INICIO	III Trim. 2022	FECHA FIN	IV Trim. 2022
RESULTADOS PREVISTOS	Puesta en valor del patrimonio natural y cultural del municipio entre la población local y visitante, generando la oportunidad de creación de nuevos productos turísticos en torno a estas temáticas.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad</p> <p>Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas</p> <p>Objetivo 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades</p>				
INDICADORES	<p>Nº de jornadas realizadas</p> <p>Nº de horas</p> <p>Nº de personas participantes</p> <p>Nivel de satisfacción de las personas participantes</p>				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	3	

EJE	2. Sostenibilidad				
ACCIÓN	2.8.- Plan de puntos de recarga de coches eléctrico				
JUSTIFICACIÓN	Existe una ausencia de puntos de recarga en el municipio que impide el desarrollo de la movilidad sostenible eléctrica en el municipio.				
DESCRIPCIÓN	Redacción de un plan de puntos de recarga de vehículos eléctricos donde se identifiquen y establezcan la ubicación, tipo y número de puntos de recarga.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Fomentar el uso del vehículo eléctrico Reducir la emisión de CO2. Facilitar la movilidad sostenible dentro del municipio				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico inicial para conocer el número de puntos de recarga existentes y el número de puntos nuevos a instalar - Establecer ubicación de los puntos de recarga en zonas estratégicas del municipio - 				
PRESUPUESTO	150.000 €	% DEL EJE	17,65%	% DEL PLAN	4,66%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2	FECHA INICIO	II Trim. 2023	FECHA FIN	IV Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Plan de puntos de recarga de coches eléctricos que, tras la realización, se pretende llevar a cabo la instalación de los puntos de carga que: Fomenten el uso del vehículo eléctrico en el municipio Disminuya la emisión de CO2. Reduzca la flota de vehículos convencionales.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles				
INDICADORES	Plan de puntos de recarga finalizado N° de puntos de recarga identificados Km2 del municipios que se beneficien del plan				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	2	IMPACTO	3	

EJE	2. Sostenibilidad				
ACCIÓN	2.9.- Mejora de la eficiencia energética en el alumbrado y equipamientos públicos				
JUSTIFICACIÓN	Necesidad de impulsar las energías verdes y la sostenibilidad en el municipio				
DESCRIPCIÓN	Renovar y mejorar el alumbrado público con el objetivo de que sea más eficiente y sostenible, así como mejorar la eficiencia energética de equipamientos públicos.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Apostar por un modelo de destino turístico sostenible Reducir el consumo eléctrico Mejorar los servicios públicos				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Identificación de las zonas del municipio que pueden mejorar su eficiencia energética, tanto alumbrado como infraestructura pública - Creación de un proyecto de mejora de dichas áreas identificadas - Ejecución de mejoras				
PRESUPUESTO	150.000 €	% DEL EJE	17,65%	% DEL PLAN	4,66%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 3	FECHA INICIO	I Trim. 2024	FECHA FIN	III Trim. 2024
RESULTADOS PREVISTOS	Reducción del consumo energético y apuesta por la autosuficiencia energética.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles				
INDICADORES	% de alumbrado público renovado Nº de equipamientos públicos renovados Variación del consumo eléctrico tras la renovación				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	2	IMPACTO	4	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.1.- Estudio sobre los perfiles profesionales de difícil cobertura para el sector turístico				
JUSTIFICACIÓN	El sector demanda en el proceso participativo la necesidad de contar con personas con la formación y profesionalidad adecuada a los puestos requeridos para desempeñar.				
DESCRIPCIÓN	Realización de un Estudio sobre los perfiles profesionales de difícil cobertura para el sector turístico				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Apoyar la profesionalización del sector Apostar por una oferta turística de calidad Crear oportunidades de empleo Mejorar la competitividad del destino				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Identificación de los agentes objeto de estudio (empresas). - Entrablar acuerdos de colaboración. - Determinación de perfiles y su descripción detallada. - Diseño fase II (acciones de formación profesionalizantes).				
PRESUPUESTO	15.000 €	% DEL EJE	1,76%	% DEL PLAN	0,47%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 3	FECHA INICIO	III Trim. 2024	FECHA FIN	IV Trim. 2024
RESULTADOS PREVISTOS	Realización del estudio.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos				
INDICADORES	Realización del estudio Perfiles identificados				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	2	IMPACTO	5	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.2.- Programa de formación en idiomas				
JUSTIFICACIÓN	Una de las principales carencias detectadas es la falta de competencias idiomáticas de los/as profesionales del sector turístico por lo que se hace necesario la puesta en marcha de planes específicos que permitan adquirir estas competencias. El manejo de idiomas da la oportunidad de ofrecer información y un trato especializado en cada idioma generando prestigio y confianza en el/la turista.				
DESCRIPCIÓN	Plan formativo para profesionales del sector turístico y actividades complementarias en competencias idiomáticas, sobre todo, en inglés que permita ofrecer una mejor experiencia al cliente.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Apoyar la profesionalización del sector Apostar por una oferta turística de calidad Crear oportunidades de empleo Mejorar la competitividad del destino				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Selección de la formación en idiomas a impartir (idioma-preferentemente inglés-, duración, contenido didáctico, plazas, lugar de impartición). Se contempla la posibilidad de subcontratar la formación. - Desarrollo del programa formativo. - Evaluación final de programa formativo.				
PRESUPUESTO	25.000 €	% DEL EJE	7,05%	% DEL PLAN	0,78%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 3	FECHA INICIO	III Trim. 2024	FECHA FIN	III Trim. 2024
RESULTADOS PREVISTOS	Mejora de las competencias idiomáticas de los y las profesionales del sector para, con ello, mejorar la competitividad del destino y dar un mejor servicio al visitante.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos				
INDICADORES	N° de formaciones realizadas N° de personas beneficiarias Nivel de satisfacción de las personas beneficiarias				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	2	IMPACTO	5	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.3.- Programa de ayudas a las PYMEs para mejorar la calidad del servicio, en materia de digitalización, sostenibilidad y accesibilidad de sus negocios.				
JUSTIFICACIÓN	La reinención del destino pasa, no sólo por la mejora de las infraestructuras del destino, sino que es necesario realizar mejoras en el pequeño comercio, convirtiéndolos en negocios digitales, sostenibles y accesibles. La mayor parte del comercio local no tiene recursos económicos para afrontar estos cambios por lo que un apoyo desde la entidad local puede impulsarlo. Estas acciones no sólo son beneficiosas para el comercio local sino que revitalizan la actividad económica y tienen efectos positivos en la población residente y visitante del destino.				
DESCRIPCIÓN	Programa de ayudas destinadas a la mejora de la calidad del servicio en materia de digitalización, sostenibilidad y accesibilidad del comercio local				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Impulsar la reconversión en un destino de calidad, sostenible y accesible. Mejorar la competitividad del destino Crear oportunidades de empleo Impulsar la economía local				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Determinación del tipo de la convocatoria de ayudas: - Objeto, beneficiarios, requisitos, plazos, ... - Apertura y seguimiento de la convocatoria. - Evaluación de la convocatoria.				
PRESUPUESTO	75.000 €	% DEL EJE	1,76%	% DEL PLAN	2,33%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2	FECHA INICIO	II Trim. 2023	FECHA FIN	IV Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Impulso al comercio local para su transformación en un comercio sostenibles, accesible y de calidad.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos				
INDICADORES	Nº de formaciones realizadas Nº de personas beneficiarias Nivel de satisfacción de las personas beneficiarias				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	4	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.4.- Estudio sobre la oferta sociocultural en el municipio y su adecuación a la demanda turística				
JUSTIFICACIÓN	SDT dispone de una amplio patrimonio cultural y etnográfico que puede resultar atractivo para la persona visitante. Antes de impulsar un producto vinculado a la cultura, es necesario realizar un inventario del patrimonio, su estado e idoneidad como producto turístico.				
DESCRIPCIÓN	Estudio que determine la oferta ligada a la cultura, patrimonio y gastronomía local a partir del cual diseñar un producto turístico cultural.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Ampliar la oferta de productos turísticos del destino</p> <p>Poner en valor el patrimonio cultural y gastronómico del municipio</p> <p>Impulsar la economía local</p>				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de las actividades y recursos socioculturales. - Elaboración de las fichas descriptivas de cada uno. - Evaluación de su idoneidad con la actividad turística. - Propuesta de acciones a implementar. 				
PRESUPUESTO	9.000 €	% DEL EJE	29,38%	% DEL PLAN	0,28%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1	FECHA INICIO	III Trim. 2022	FECHA FIN	IV Trim. 2022
RESULTADOS PREVISTOS	Diversificación de los productos turísticos del destino con la puesta en valor de la oferta cultural del municipio.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos				
INDICADORES	<p>Realización del estudio</p> <p>Nº de ofertas culturales identificadas</p> <p>Nº de acciones propuestas</p>				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	2	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.5.- Impulso de la promoción e identificación en nuevos mercados, principalmente, nórdico y centroeuropeos				
JUSTIFICACIÓN	La crisis sanitaria ha puesto de manifiesto que la dependencia turística de un mercado en concreto perjudica al destino. Contar con la fidelización de otros mercados de origen ofrece mayor estabilidad y no estacionalidad en los destinos. A esto hay que sumar la apuesta generalizada por un/a turista que realiza un mayor gasto en destino así como mayor conciencia ambiental.				
DESCRIPCIÓN	Redacción y puesto en marcha del impulso de promoción del destino en nuevos mercados, principalmente países nórdicos y Centro Europa				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Diversificar los mercados emisores Mejorar la competitividad del destino				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de los nuevos mercados de interés para el destino. - Definición del perfil de turista de cada mercado. - Elaboración de la estrategia de marketing. - Puesta en marcha de la estrategia. - Evaluación de la estrategia. 				
PRESUPUESTO	45.000 €	% DEL EJE	14,10%	% DEL PLAN	1,40%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2	FECHA INICIO	II Trim. 2023	FECHA FIN	III Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Atracción de turistas procedentes de nuevos mercados que son de interés para el destino.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos				
INDICADORES	Nº de campañas realizadas				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	2	IMPACTO	4	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.6.- Potenciación de la marca SDT "diferente por naturaleza"				
JUSTIFICACIÓN	El destino tiene una marca Santiago del Teide "diferente por naturaleza" con gran potencial y engagement. Pero como todo plan de marketing, tiene que ser actualizado y orientado hacia los objetivos del destino para atraer las target deseado.				
DESCRIPCIÓN	Revisión e intensificación de la marca SDT diferente por naturaleza con un plan de branding selectivo.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Mejorar el posicionamiento del destino Explotar la marca del destino, convirtiéndola en referencia del destino Mejorar la competitividad del destino				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Alineación de la marca con la estrategia. - Adecuación de las acciones de marketing. - Evaluación del impacto.				
PRESUPUESTO	120.000 €	% DEL EJE	8,81%	% DEL PLAN	3,73%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2	FECHA INICIO	III Trim. 2023	FECHA FIN	IV Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Impulso de la marca SDT "diferente por naturaleza" para que sea reconocida y sello de identidad del destino.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos				
INDICADORES					
MAPA DE CALOR	URGENCIA	2	IMPACTO	3	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.7.- Revisión web turística del destino y determinación de los criterios para la inclusión de actividades				
JUSTIFICACIÓN	Santiago del Teide cuenta con una web turística muy atractiva, con gran calidad visual y adaptada a los tiempos de COVID. Existe la necesidad de enriquecer las descripciones de los recursos naturales y patrimoniales de los que dispone el municipio para conseguir una web más completa.				
DESCRIPCIÓN	Revisión y enriquecimiento de la web turística de Santiago del Teide profundizando y ampliando la información y descripciones ofrecidas				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Mejorar el posicionamiento del destino Llegar a un mayor número de turistas de interés para el destino Impulsar el comercio local				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Revisión de la web actual - Propuesta de mejora - Ejecución de la mejora -				
PRESUPUESTO	12.000 €	% DEL EJE	1,76%	% DEL PLAN	0,37%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1	FECHA INICIO	III Trim. 2022	FECHA FIN	IV Trim. 2022
RESULTADOS PREVISTOS	Mejora del posicionamiento de la web y ampliación de la información disponible, así como impulso de la oferta local de calidad.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos				
INDICADORES	Nº de mejoras realizadas				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	4	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.8.- Impulso de la marca SDT Gastro Lovers				
JUSTIFICACIÓN	Poseer una marca gastronómica que ponga en valor la calidad de los productos locales es algo positivo. Esta marca tiene que ir acompañada por una intensa campaña de marketing para atraer al turista pero también es necesario hacer una campaña local para que busque la identificación de la oferta local con la marca y su alineación con ella.				
DESCRIPCIÓN	Campaña que ponga en valor la oferta gastronómica a través de la marca SDT Gastro Lovers. Esta campaña debería de proyectarse hacia el exterior para atraer al turista pero también hacia los establecimientos locales para que se unan a la iniciativa y apuesten por la marca, mejorando la calidad de su oferta gastronómica.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Impulsar la gastronomía local, poniendo en valor al producto local Apostar por los productos km 0 Ampliar la oferta turística del destino				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Revisión de los objetivos de la marca. - Identificación de establecimientos hosteleros a incluir. - Definición de la nueva estrategia de marketing. - Ejecución y evaluación. -				
PRESUPUESTO	30.000 €	% DEL EJE	17,63%	% DEL PLAN	0,93%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1	FECHA INICIO	II Trim. 2022	FECHA FIN	IV Trim. 2022
RESULTADOS PREVISTOS	Potenciación de la marca SDT Gastro Lovers poniendo en valor la gastronomía local, sirviendo de impulso para la apuesta por la calidad y la diferenciación de la oferta gastronómica local.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos				
INDICADORES					
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	3	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.9.- Ampliación y mejora de la oferta de equipamientos de turismo activo				
JUSTIFICACIÓN	El municipio cuenta con un gran potencial para diferenciarse como destino de turismo activo de primer nivel. Para ello, es necesario que cuente con las infraestructuras necesarias para ofrecer una experiencia única. Además, se deberían de llevar a cabo todas las adecuaciones posibles en materia de accesibilidad.				
DESCRIPCIÓN	Diseño y adecuación de senderos, parques y zonas para la práctica de turismo activo				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Ampliar la oferta de servicios e instalaciones turísticas Diversificar la oferta turística Mejorar la competitividad del destino Impulsar la economía local				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Identificación de recursos existentes y su estado de conservación. - Detección de necesidades. - Redacción del plan de actuaciones a realizar. - Implementación y evaluación.				
PRESUPUESTO	200.000 €	% DEL EJE	17,63%	% DEL PLAN	6,21%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1 Anualidad 2	FECHA INICIO	IV Trim. 2022	FECHA FIN	II Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Ampliación de la oferta de instalaciones turísticas disponibles, así como la apuesta clara por el turismo de naturaleza y afines que permita diversificar al destino, más allá del Sol y Playa.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles				
INDICADORES	Nº de equipamientos instalados Nº de zonas beneficiadas Nº de personas usuarias Nivel de satisfacción de las personas usuarias				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	3	IMPACTO	3	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.10.- Campaña y apoyo a la diversificación de la oferta comercial en núcleos turísticos				
JUSTIFICACIÓN	La oferta comercial existente no es muy variada por lo que es necesario despertar el espíritu emprendedor de la población local o atraer inversión que permita ampliar y actualizar la oferta existente y esté alineada con la demanda local y del turista. De esta manera, no sólo se amplía la oferta en el destino sino que se activa la economía local y se crea empleo.				
DESCRIPCIÓN	Campaña de fomento del emprendimiento entre la población local. Esta tiene que poner énfasis en las oportunidades existentes y acompañada de un servicio de asesoramiento para la puesta en marcha de los nuevos negocios				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Apoyar al comercio local Fomentar el espíritu emprendedor Crear oportunidades de empleo Impulsar la economía local				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Determinación de los beneficios que posee el destino para el emprendimiento. - Realización de una campaña de difusión. - Puesta en marcha del servicio de asesoramiento. - Evaluación de la acción. -				
PRESUPUESTO	12.000 €	% DEL EJE	1,76%	% DEL PLAN	0,37%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2	FECHA INICIO	I Trim. 2023	FECHA FIN	III Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Atracción de personas emprendedoras que enriquezcan la oferta actual del destino.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles				
INDICADORES					
MAPA DE CALOR	URGENCIA	2	IMPACTO	3	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.11.- Distintivo bandera azul en todas las playas del municipio				
JUSTIFICACIÓN	El distintivo bandera azul es de gran prestigio a nivel promocional para Santiago del Teide				
DESCRIPCIÓN	Conseguir que todas playas del municipio cuenten con el distintivo bandera azul. Para ello, se debe llevar a todas sus playas al cumplimiento de las condiciones ambientales e instalaciones que el distintivo requiere.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Mejorar la oferta de servicios e instalaciones turísticas Apostar por la calidad del destino Crear oportunidades de empleo				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Caracterización de los criterios establecidos para obtener el distintivo. - Análisis del nivel de cumplimiento. - Plan de actuación para la adecuación requerida. - Implantación de las medidas necesarias. - 				
PRESUPUESTO	40.000 €	% DEL EJE	2,94%	% DEL PLAN	1,24%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1 Anualidad 2 Anualidad 3	FECHA INICIO	II Trim. 2022	FECHA FIN	II Trim. 2024
RESULTADOS PREVISTOS	Mejora de los servicios disponibles en las playas y apuesta por la calidad de las mismas al querer el distintivo de bandera azul.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles				
INDICADORES	Nº de acciones implementadas				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	3	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.12.- Mejora de la oferta de transporte público (horarios)				
JUSTIFICACIÓN	El municipio requiere de una mejora en los horarios de transporte público, no solo para la propia población residente en el municipio, si no para atraer tanto a turistas que no pueden visitar el municipio en coche como para atraer mano de obra residente en otro municipio que esté dispuesta a trabajar en Santiago del Teide. Todo ello puede generar un impulso del municipio tanto a nivel turístico como a nivel de empleo.				
DESCRIPCIÓN	Ampliación de horarios de la oferta de transporte público de Santiago del Teide				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Mejorar la oferta de servicios e instalaciones turísticas Apostar por la sostenibilidad y la accesibilidad Reducir la huella de carbono y el ruido en los núcleos turísticos				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de las necesidades en materia de transporte público. - Propuesta de mejora. - Ejecución y evaluación. 				
PRESUPUESTO	12.000 €	% DEL EJE	8,81%	% DEL PLAN	0,37%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2	FECHA INICIO	III Trim. 2023	FECHA FIN	III Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Ampliación de la oferta de transporte público tanto para la población local como la visitante, consiguiendo un descenso de la congestión de tráfico de los núcleos, una mejor conectividad y reducción del CO2 y del ruido.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles				
INDICADORES	Nº de acciones implementadas Variación de la oferta de transporte público disponible Variación de trayectos				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	2	IMPACTO	4	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.13.- Programa de eventos anual de interés turístico				
JUSTIFICACIÓN	Necesidad de hacer que los eventos llevados a cabo en Santiago del Teide sean conocidos en la isla y por turistas				
DESCRIPCIÓN	Elaborar un calendario de eventos anuales que atiendan a criterios de sostenibilidad y establecer una estrategia de promoción que permita que el alcance en cuanto a conocimiento de los eventos no sea únicamente a nivel local				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Poner en valor los recursos patrimoniales y culturales del municipio</p> <p>Ampliar y diversificar la oferta turística</p> <p>Impulsar la economía local</p>				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Caracterización de los eventos del municipio. - Evaluación de su idoneidad con la actividad turística. - Definición y cronograma del programa. - Campaña de promoción. - Evaluación de la campaña. - 				
PRESUPUESTO	15.000 €	% DEL EJE	1,06%	% DEL PLAN	0,47%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 3	FECHA INICIO	I Trim. 2024	FECHA FIN	I Trim. 2024
RESULTADOS PREVISTOS	Fomento de los eventos de identidad local mediante su promoción, concirtiéndoles en atracciones turísticas, de este modo se diversifica la oferta y se dinamiza la economía local.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos				
INDICADORES	<p>Nº de eventos identificados</p> <p>Nº de eventos promocionados</p> <p>Variación de la afluencia de visitantes</p>				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	1	IMPACTO	2	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.14.- Programa de apoyo para la certificación en materia de sostenibilidad y calidad turística				
JUSTIFICACIÓN	<p>Santiago del Teide no cuenta con certificación en sostenibilidad turística reconocido a nivel europeo o internacional, contar con certificaciones de este tipo (CETS, Biosphere, o similar) aportaría beneficios al destino.</p> <p>Por otro lado, el "Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos SICTED" es un proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos promovido por la Secretaría de Estado de Turismo (SET) y se otorga a los establecimientos/ servicios turísticos que han acreditado el cumplimiento de los requisitos fijados. Es un reconocimiento al esfuerzo y compromiso con la calidad y la mejora continua, a la vez que distingue al establecimiento/servicio frente a la competencia.</p>				
DESCRIPCIÓN	Implantación de sistemas de certificación en materia de sostenibilidad, como la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS), EMAS, ETIS (European Tourism Indicator System), y en materia de calidad turística, como SICTED, tanto en empresas locales como en equipamientos públicos.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Impulsar la reconversión en un destino de calidad, sostenible y accesible.</p> <p>Mejorar la competitividad del destino</p> <p>Crear oportunidades de empleo</p> <p>Impulsar la economía local</p>				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación de los criterios de certificación. - Puesta en marcha del servicio de apoyo y asesoramiento. - Evaluación. 				
PRESUPUESTO	3.000 €	% DEL EJE	5,29%	% DEL PLAN	0,09%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1	FECHA INICIO	II Trim. 2022	FECHA FIN	IV Trim. 2022
RESULTADOS PREVISTOS	Apuesta firme del destino por la sostenibilidad y la calidad, mediante el apoyo a la consecución de la certificación en estas materias por parte de la oferta local así como de las instalaciones públicas turísticas.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible				
INDICADORES	<p>Nº de comercios beneficiarios</p> <p>Nº de actuaciones implementadas</p> <p>Nivel de satisfacción de los comercios beneficiarios</p>				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	4	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.15.- Oficina de asesoramiento en materia de sostenibilidad, calidad y gestión turística				
JUSTIFICACIÓN	El "Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos SICTED" es un proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos promovido por la Secretaría de Estado de Turismo (SET) y se otorga a los establecimientos/ servicios turísticos que han acreditado el cumplimiento de los requisitos fijados. Es un reconocimiento al esfuerzo y compromiso con la calidad y la mejora continua, a la vez que distingue al establecimiento/servicio frente a la competencia.				
DESCRIPCIÓN	Se plantea la creación de una oficina que asesore y apoye a PYMES para la consecución de los criterios de sostenibilidad y calidad establecidos como una línea común a seguir en el municipio, de manera que las PYMES conozcan cómo llevar a cabo sus actuaciones en materia de sostenibilidad, calidad y gestión turística.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Impulsar la reconversión en un destino de calidad, sostenible y accesible.</p> <p>Mejorar la competitividad del destino</p> <p>Crear oportunidades de empleo</p> <p>Impulsar la economía local</p>				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación del equipo encargado de ofrecer el servicio. - Elaboración de la carta de servicios a ofrecer a las personas interesadas. - Elaboración de informes de seguimiento de las acciones implementadas. - Evaluación del servicio prestado por la oficina. 				
PRESUPUESTO	48.000 €	% DEL EJE	14,10%	% DEL PLAN	1,49%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 3	FECHA INICIO	I Trim. 2024	FECHA FIN	III Trim. 2024
RESULTADOS PREVISTOS	Apoyo a la oferta local para la reconversión del destino en un destino sostenible, accesible y de calidad.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles</p> <p>Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad</p>				
INDICADORES	<p>Nº de negocios asesorados</p> <p>Nivel de satisfacción con el asesoramiento recibido</p> <p>Nº de negocios que han logrado una certificación</p>				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	2	IMPACTO	4	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.16.- Inventario de recursos turísticos				
JUSTIFICACIÓN	El municipio requiere tener un listado completo de los recursos de los que dispone para poder aprovecharlos y fomentarlos bajo los criterios de sostenibilidad				
DESCRIPCIÓN	Diseñar una ficha para elaborar un inventario de recursos turísticos del municipio tanto naturales como patrimoniales, que ponga en valor criterios de sostenibilidad, accesibilidad, transporte... Existen recursos identificados pero se requiere desarrollar un trabajo de localización de nuevos. Para ello se proponen realizar entrevistas con actores clave y residentes del municipio que colaboren para definir y estructurar las fichas.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Poner en valor el patrimonio natural, cultural y etnográfico del municipio</p> <p>Diversificar la oferta turística</p> <p>Crear oportunidades de empleo</p> <p>Impulsar la economía local</p>				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de recursos turísticos disponibles - Elaboración de las fichas de recursos que especifique, al menos: ubicación, estado, posibles mejoras y usos turísticos. - Propuesta de mejoras y usos. - Identificación de necesidades no cubiertas por los recursos existentes. 				
PRESUPUESTO	15.000 €	% DEL EJE	1,41%	% DEL PLAN	0,47%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2	FECHA INICIO	I Trim. 2023	FECHA FIN	II Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Conocimiento de todos los recursos turísticos disponibles en el municipio, así como su estado y necesidades de mantenimiento. Esta información ofrece la oportunidad de crear nuevos productos o ampliación de la oferta en el destino.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad</p> <p>Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación</p>				
INDICADORES	<p>Nº de recursos inventariados</p> <p>Nº de acciones de mejora identificadas</p>				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	3	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.17.- Promoción turística "Camino de Santiago-Ruta Jacobea"				
JUSTIFICACIÓN	Santiago del Teide auna todos los requisitos para ser un punto de llegada en el Camino Canario, pero es necesario promocionar la estrategia para conseguir atraer más turistas y peregrinos.				
DESCRIPCIÓN	Se busca impulsar y promocionar el Camino de Santiago en el municipio de Santiago del Teide. Para ello se plantea realizar talleres participativos que involucren tanto a entidades públicas como privadas y a la población local. Será necesario identificar las diferentes rutas para después instalar señalética que dé información al peregrino. Puesta en valor y promoción de Ruta Jacobea con la colaboración del resto de municipios.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Convertir al municipio en el punto de llegada de la Ruta Jacobea en Tenerife Establecer red de colaboración con los municipios colindantes Diversificar los productos turísticos Impulsar la economía local				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Definición de los objetivos a alcanzar en colaboración con los otros municipios pertenecientes a la ruta. - Elaboración de la campaña de marketing. - Implementación y evaluación.				
PRESUPUESTO	30.000 €	% DEL EJE	3,53%	% DEL PLAN	0,93%
FECHA DE EJECUCIÓN	A anualidad 1	FECHA INICIO	I Trim. 2022	FECHA FIN	II Trim. 2022
RESULTADOS PREVISTOS	Ampliación de la oferta en el destino, apostando por un producto diferenciado, con potencial y reconocido existente en el municipio.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles				
INDICADORES	Nº de actuaciones desarrolladas Nº de talleres realizados Nº de personas implicadas Nivel de satisfacción de las personas implicadas Variación de la afluencia de personas visitantes de la ruta				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	5	IMPACTO	3	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.18.- Campaña de puesta en valor del producto local				
JUSTIFICACIÓN	La apuesta por un destino sostenible requiere acciones vinculadas al cuidado del medio ambiente, apoyo a la economía local y reducción de las desigualdades sociales. En este sentido, promover el consumo de productos km.0 reduce la huella de carbono, fomenta la economía local y apoya al sector primario.				
DESCRIPCIÓN	Campaña de fomento del comercio B2B de los productos que por su calidad y singularidad son sello de identidad de Santiago del Teide (almendra, miel, queso, ...).				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Impulsar la colaboración B2B en el municipio Apostar por los productos km 0 Impulsar la economía local Apostar por la sostenibilidad				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Identificación de los productos locales protagonista de la campaña. - Definición de la estrategia de marketing. - Ejecución y evaluación.				
PRESUPUESTO	25.000 €	% DEL EJE	23,50%	% DEL PLAN	0,78%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1	FECHA INICIO	II Trim. 2022	FECHA FIN	II Trim. 2022
RESULTADOS PREVISTOS	Impulso a los productos locales de calidad, generando nuevas oportunidades para los/as productores/as locales y la gastronomía, en general. Además, garantiza ofrecer un producto de calidad y km 0 al visitante, fomentando la experiencia slow en el municipio.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos				
INDICADORES	Horas de duración de la campaña Nº de actividades realizadas Nº de productos locales promocionados Variación en las ventas de productos locales				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	3	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.19.- Detección y creación de puntos de observación astronómica asociados a miradores				
JUSTIFICACIÓN	El Teide y las Cumbres de Tenerife son destino Starlight por lo que la creación de miradores y productos asociados puede ser una oportunidad para Santiago del Teide ya que le permitiría diversificar la oferta, deslocalizar la concentración turística a zonas de medianías e impulsar el astro turismo como elemento diferenciador con los otros destinos turísticos colindantes.				
DESCRIPCIÓN	Detección de espacios de observación astronómica y creación de una oferta en el territorio de astro turismo, aprovechando miradores y enclaves oscuros.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Diversificar la oferta turística del municipio Impulsar el astro turismo Impulsar la economía local				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de puntos de interés para el desarrollo de la actividad. - Plan de creación de puntos de observación. - Elaboración de un plan estratégico de astro turismo. - 				
PRESUPUESTO	90.000 €	% DEL EJE	1,41%	% DEL PLAN	2,79%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2	FECHA INICIO	III Trim. 2023	FECHA FIN	IV Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Diversificación de la oferta turística con una apuesta por el astro turismo ya que se trata de una actividad con creciente demanda y alineada a los objetivos de sostenibilidad.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación				
INDICADORES	Nº de espacios con potencial identificados Nº de espacios habilitados % de participación en las actuaciones (número de espacios habilitados frente al número de espacios identificados)				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	2	IMPACTO	3	

EJE	3. Competitividad y calidad turística				
ACCIÓN	3.20.- Diseño de un producto turístico de naturaleza				
JUSTIFICACIÓN	El municipio cuenta con un patrimonio natural de incalculable valor con una amplia diversidad geomorfológica, biológica y volcánica de carácter singular con un gran potencial en convertirse en un producto turístico diferenciado. Todo ello, bajo criterios de sostenibilidad, accesibilidad y protección de la biodiversidad.				
DESCRIPCIÓN	Diseño de un producto turístico ligado a la recursos naturales del municipio orientado a satisfacer las necesidades y expectativas del turista actual ofreciéndole la oportunidad de disfrutar de una experiencia única a la vez que se pone en valor el patrimonio natural del municipio.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Diversificar la oferta turística del municipio Poner en valor el patrimonio natural del municipio Apostar por un modelo de destino turístico sostenible				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Determinación de los recursos naturales a incluir en el producto. - Caracterización de los recursos naturales. - Elaboración de campaña de marketing. - Implementación y evaluación. 				
PRESUPUESTO	30.000 €	% DEL EJE	4,70%	% DEL PLAN	0,93%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1	FECHA INICIO	I Trim. 2022	FECHA FIN	III Trim. 2022
RESULTADOS PREVISTOS	Diversificación de los productos turísticos del destino con la puesta en valor el patrimonio natural del municipio. A su vez, se espera deslocalizar la concentración de turistas y visitantes de la costa a las medianías, que se traduce en la dinamización de otros núcleos poblacionales y aumento de la actividad económica.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación				
INDICADORES	Número de actores implicados en el producto. Número de visitantes que consumen el producto. Nivel de satisfacción del visitante. Número de empleos/empresas creadas en torno al producto.				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	5	IMPACTO	5	

EJE	4. Digitalización				
ACCIÓN	4.1.- Red de wifi pública				
JUSTIFICACIÓN	En la actualidad, el acceso a internet se ha convertido en un servicio necesario y valorado por los visitantes de un destino turístico.				
DESCRIPCIÓN	Despliegue de una red wifi pública a disposición de la población local y visitante.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Apostar por la digitalización del destino Mejorar los servicios públicos				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Descripción de los puntos estratégicos donde instalar la red de manera que se tenga acceso a wifi, como mínimo, en las zonas más transitadas y turísticas de Santiago del Teide				
PRESUPUESTO		% DEL EJE	-	% DEL PLAN	-
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2	FECHA INICIO	I Trim. 2023	FECHA FIN	III Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Ampliación de la oferta de servicios públicos disponibles para la población local y visitante.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles				
INDICADORES	Km2 beneficiarios de la red wifi gratuita % de población local beneficiaria Nº de conexiones/mes Nº de turistas usuarios/as de la red wifi Nivel de satisfacción con el servicio prestado				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	3	IMPACTO	3	

EJE	4. Digitalización				
ACCIÓN	4.2.- Implementación de acciones de Destino Turístico Inteligente				
JUSTIFICACIÓN	Necesidad de conocer el estado de las infraestructuras en materia tecnológica e innovación para conseguir que Santiago del Teide se convierta en un destino de vanguardia e inteligente.				
DESCRIPCIÓN	Identificación de las acciones que se deben llevar a cabo según la metodología DTI. Además, se estudiarán los servicios TIC con los que ya cuenta el municipio para conocer el alcance de sus actuaciones.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Apostar por la digitalización del destino Mejorar la competitividad del destino Apostar por un modelo de destino turístico sostenible				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Identificación de lo que se ha hecho y de lo que falta por ejecutar en metodología DTI - Identificación del estado de las infraestructuras del municipio en materia tecnológica - Puesta en marcha de acciones				
PRESUPUESTO	75.000 €	% DEL EJE	23,08%	% DEL PLAN	2,33%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2	FECHA INICIO	II Trim. 2023	FECHA FIN	IV Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS					
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas				
INDICADORES					
MAPA DE CALOR	URGENCIA	3	IMPACTO	4	

EJE	4. Digitalización				
ACCIÓN	4.3.- Digitalización del comercio minorista				
JUSTIFICACIÓN	La transformación digital es una actuación imprescindible en el mundo actual pudiendo ser una oportunidad para el pequeño comercio (mayoritario en el municipio) ya que le permite acercarse a las necesidades del cliente, fidelizar, diferenciarse,..., en definitiva, aumentar sus ventas. Pero esta transformación requiere de conocimiento e inversión con la que no cuentan estos negocios (en la mayoría de los casos). Contar con el apoyo y asesoramiento por parte de la entidad local puede acelerar el proceso, con el consiguiente arrastre de otros sectores.				
DESCRIPCIÓN	Programa de apoyo para la transformación digital del comercio local.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Apostar por la digitalización del destino Mejorar la oferta turística del destino Mejorar la competitividad del destino				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de las necesidades actuales del sector de comercio minorista en materia de transformación digital - Creación de un programa de apoyo y asesoramiento al comercio local minorista basado en las necesidades detectadas - Ejecución del plan de apoyo y asesoramiento 				
PRESUPUESTO	15.000 €	% DEL EJE	4,62%	% DEL PLAN	0,47%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1	FECHA INICIO	II Trim. 2022	FECHA FIN	IV Trim. 2022
RESULTADOS PREVISTOS	Apoyo al comercio local mediante la digitalización de los servicios que ofertan. Con ello, se busca la mejora de la competitividad del sector y la atracción de más flujo de visitantes.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos				
INDICADORES	Nº de comercios beneficiarios Nº de actuaciones implementadas Nivel de satisfacción de los comercios beneficiarios variación del nivel de satisfacción de los/as clientes				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	4	

EJE	4. Digitalización				
ACCIÓN	4.4.- Sistema de monitoreo del flujo de visitantes y nivel de satisfacción				
JUSTIFICACIÓN	Con la identificación del número de visitantes se puede obtener información sobre la capacidad de carga del municipio y específicamente de los núcleos más transitados. A su vez, conocer el agrado o descontento de los visitantes resulta útil para poder conocer las debilidades y fortalezas del municipio.				
DESCRIPCIÓN	Implantación de un sistema de identificación de afluencia en Santiago del Teide que permita conocer el movimiento de las personas en el municipio así como su satisfacción con su oferta de servicios.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Apostar por la digitalización del destino Disponer de información relevante para la toma de decisiones Mejorar la competitividad del destino				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Establecer los puntos estratégicos donde se puede implantar el sistema de monitoreo así como la medición de la satisfacción de los visitantes - Ejecución y creación del sistema de monitoreo				
PRESUPUESTO	90.000 €	% DEL EJE	27,69%	% DEL PLAN	2,79%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1 Anualidad 2	FECHA INICIO	III Trim. 2022	FECHA FIN	I Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Acceso a información de interés para el destino sobre el comportamiento del turista durante su visita y su nivel de satisfacción que permita la correcta toma de decisiones.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos Objetivo 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas				
INDICADORES	Nº de cámaras instaladas. Metros de zona turística monitorizada. Nº de sistemas de medición de satisfacción instalados				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	4	

EJE	4. Digitalización				
ACCIÓN	4.5.- Análisis del perfil del visitante mediante BigData				
JUSTIFICACIÓN	Necesidad de conocer el perfil del turista que visita el municipio para conocer qué mejoras se deben ejecutar en los servicios ofrecidos y qué estrategia tomar de cara al futuro.				
DESCRIPCIÓN	El objetivo es conocer el perfil del visitante de Santiago del Teide. Para ello, se utilizarán herramientas de Big Data que permitan conocer los gustos y tendencias del turista en el municipio.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Disponer de información relevante para la correcta toma de decisiones</p> <p>Apostar por la digitalización del destino</p> <p>Mejorar la competitividad del destino</p>				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>- Establecimiento de las herramientas de Big Data que se van a utilizar</p> <p>- Estudio y análisis del perfil de visitante</p>				
PRESUPUESTO	100.000 €	% DEL EJE	30,77%	% DEL PLAN	3,11%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1 Anualidad 2	FECHA INICIO	III Trim. 2022	FECHA FIN	II Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Información relativa del turista que visita el destino para adaptar la oferta y servicios a sus necesidades y expectativas.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos				
INDICADORES	Herramienta de Big Data implementada.				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	3	

EJE	4. Digitalización				
ACCIÓN	4.6.- Formación on-line integral para los profesionales del sector turístico en innovación, competitividad, transformación digital, SICTED y DTI entre otros.				
JUSTIFICACIÓN	La profesionalización del sector turístico y actividades complementarias en materias ligadas a la innovación, digitalización y sostenibilidad es una prioridad si se quiere implantar un modelo de destino turístico sostenible y resiliente. El municipio cuenta con un tejido empresarial formado por, mayoritariamente, PYMEs que necesitan de orientación que les facilite la puesta en marcha de acciones en estas materias.				
DESCRIPCIÓN	Desarrollo de un programa formativo online destinado a profesionales del sector turístico y actividades secundarias en materia de innovación, competitividad, transformación digital, SICTED, DTI, entre otros				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Construir un destino sostenible y digitalizado Mejorar la competitividad del destino Reducir el impacto negativo de la actividad turística en la lucha contra el cambio climático				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un plan de formación que integre materias de innovación, competitividad, transformación digital... - Definición de fechas en las que impartirá la formación - Determinación de la metodología formativa - Campaña de promoción para que la formación llegue a la población local 				
PRESUPUESTO	45.000 €	% DEL EJE	13,85%	% DEL PLAN	1,40%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 3	FECHA INICIO	I Trim. 2024	FECHA FIN	III Trim. 2024
RESULTADOS PREVISTOS	Profesionalización de las PYMEs en materia de sostenibilidad, innovación y digitalización. Implantación de buenas prácticas de sostenibilidad e innovación en la actividad empresarial local. Aplicación de acciones que contribuyan a los ODS.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación Objetivo 4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos				
INDICADORES	N° de formaciones realizadas N° de personas beneficiarias Nivel de satisfacción de las personas beneficiarias				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	2	IMPACTO	4	

EJE	5. Infraestructuras y servicios				
ACCIÓN	5.1.- Estudio aparcamientos disuasorios con lanzadera de guagua				
JUSTIFICACIÓN	Uno de los mayores problemas a los que se enfrenta el municipio es la falta de estacionamiento, lo que lo convierte en un municipio "de paso" para los/as visitantes. Facilitar el estacionamiento y la conexión mediante lanzaderas disminuiría la presión de los vehículos a motor sobre las zonas con mayor afluencia, con la consiguiente reducción de CO2, disminución del ruido, creación de entorno amigables con el peatón, sostenibles, ...				
DESCRIPCIÓN	Redacción de un plan de estacionamientos disuasorios con lanzadera de guagua que conecten varios puntos de interés turístico y para la ciudadanía. Estos estacionamientos deberían contar con espacios específicos para los turoperadores que faciliten sus servicios.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Reducir la presión de los vehículos a motor en los núcleos urbanos</p> <p>Reducir la huella de carbono y niveles de ruido</p> <p>Mejorar el acceso del turista y visitante a los núcleos</p> <p>Impulsar la economía local</p>				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>- Diagnóstico inicial para conocer la situación actual del estacionamiento en el municipio</p> <p>- Identificación de los posibles lugares donde se puede construir aparcamientos disuasorios</p>				
PRESUPUESTO	15.000 €	% DEL EJE	1,26%	% DEL PLAN	0,47%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1	FECHA INICIO	I Trim. 2022	FECHA FIN	III Trim. 2022
RESULTADOS PREVISTOS	Deslocalización de las zonas de aparcamiento de los núcleos dando lugar a una reducción de emisión de CO2, el ruido y las molestias de las congestiones de tráfico. Además, apuesta por la caminabilidad de los núcleos y uso del transporte colectivo, convirtiendo al destino en más sostenible y accesible.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles				
INDICADORES	<p>Estudio de aparcamientos disuasorios en le municipio.</p> <p>Km2 del municipio beneficiados por la iniciativa</p> <p>Nº de plazas de aparcamiento proyectadas</p> <p>Nº de guagua lanzaderas previstas</p> <p>% de reducción de CO2 calculado</p>				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	5	IMPACTO	5	

EJE	5. Infraestructuras y servicios				
ACCIÓN	5.2.- Revisión del plan de dirección de la circulación en Puerto Santiago				
JUSTIFICACIÓN	Una de las acciones propuestas durante el proceso participativo es la revisión del plan de dirección de la circulación de vehículos a motor en Puerto Santiago. Uno de los problemas que existen en este núcleo es la movilidad				
DESCRIPCIÓN	Revisión del actual planeamiento de circulación en el núcleo de Puerto de Santiago y cambio de dirección para revitalizar zonas urbanas en decadencia y preservar las zonas residenciales.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Crear un sentido viario más amigable con el núcleo turístico</p> <p>Reducir la huella de carbono y niveles de ruido</p> <p>Mejorar el acceso del turista y visitante a los núcleos</p> <p>Fomentar la economía local</p>				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión del plan de circulación actual. - Identificación de puntos conflictivos que dificultan la fluidez de la circulación. - Propuesta de mejora. - Implementación de las propuestas. - 				
PRESUPUESTO	5.000 €	% DEL EJE	0,42%	% DEL PLAN	0,16%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2	FECHA INICIO	III Trim. 2023	FECHA FIN	IV Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Recoversión del núcleo turístico de Puerto Santiago en un núcleo más habitable, amigable y seguro, así como facilitar el acceso a los puntos de interés de manera más fluida y sencilla.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles				
INDICADORES	<p>Nº de vías modificadas</p> <p>Variación del tiempo para llegar a los puntos de interés</p> <p>Variación de los niveles de CO2 calculados</p>				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	3	IMPACTO	3	

EJE	5. Infraestructuras y servicios				
ACCIÓN	5.3.- Mejora de la señalética a los puntos de interés turístico				
JUSTIFICACIÓN	Una correcta señalización facilita la movilidad de las personas visitantes del municipio lo que conlleva una mejora de la experiencia durante la visita así como una reducción de los desplazamientos innecesarios provocando una reducción de la emisión de CO2 y ruido.				
DESCRIPCIÓN	Actualización y mejora de la señalética turística del municipio, sobre todo, aquella que indica los puntos de interés turístico.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Mejorar el acceso del turista y visitante a los núcleos Ampliar la información disponible Impulsar la economía local				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Definición de un plan de señalización turística que integre a los diferentes puntos de interés turístico. - Instalación o mejoras de la señalización turística.				
PRESUPUESTO	30.000 €	% DEL EJE	2,52%	% DEL PLAN	0,93%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2	FECHA INICIO	I Trim. 2023	FECHA FIN	III Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Mejora de la experiencia del visitante, mejorando la información que tiene disponible, siendo prioritario, la mejora de la señalización la cual estará armonizada con el entorno e imagen del destino y contendrá información relevante.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles				
INDICADORES	Nº de señalizaciones modificadas Nº de señalizaciones nuevas instaladas				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	3	IMPACTO	3	

EJE	5. Infraestructuras y servicios				
ACCIÓN	5.4.- Plan de embellecimiento de la costa de SDT				
JUSTIFICACIÓN	Una de las acciones propuestas durante el proceso participativo fue la realización de obras de embellecimiento en la zona costera. Se comentó la existencia de zonas abandonadas por las que transitan muchos visitantes y que requieren de cuidados y mejoras.				
DESCRIPCIÓN	Redacción y puesta en marcha de un plan de embellecimiento de la zona de costa y paseo marítimo.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Mejorar la imagen del destino Apostar por la sostenibilidad Impulsar la economía local				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de zonas transitadas y de interés turísticos que requieren de un embellecimiento - Planteamiento de actuaciones a llevar a cabo para embellecer las zonas identificadas 				
PRESUPUESTO	300.000 €	% DEL EJE	25,21%	% DEL PLAN	9,32%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2 Anualidad 3	FECHA INICIO	IV Trim. 2023	FECHA FIN	II Trim. 2024
RESULTADOS PREVISTOS	Mejora de la imagen del destino que se traduce en una mejora en la experiencia del visitante y la ciudadanía, ofreciendo entornos de interés.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles				
INDICADORES	Km beneficiarios de las mejoras N° de actuaciones realizadas Variación del nivel de satisfacción de la población local y visitante				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	3	IMPACTO	5	

EJE	5. Infraestructuras y servicios				
ACCIÓN	5.5.- Armonización de la ZCA				
JUSTIFICACIÓN	Las Zonas Comerciales Abiertas han sido, tradicionalmente, zonas de dinamización de la economía local. Ante los cambios en el comportamiento de la demanda que prefiere acudir a centros comerciales donde se concentran una gran oferta de comercios, ocio y restauración y que, además, cuentan con las facilidades para el aparcamiento. Por ello, es necesario que se lleven a cabo acciones de mejora en las ZCA que permitan atraer al consumidor/a. Entre estas acciones, se encuentra la de armonizar los espacios comerciales mejorando la señalética, unificando el frente comercial, ... todo ello con el fin de revitalizar las zonas urbanas, apoyar al comercio local y atraer al consumidor/a.				
DESCRIPCIÓN	Redacción y puesta en marcha de un plan de armonización estética de la zona comercial abierta.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Mejorar la imagen del destino Impulsar la economía local Apostar por la calidad de la oferta turística				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de áreas dentro de la Zona Comercial Abierta que requieren de una armonización - Planteamiento de actuaciones a llevar a cabo para mejorar las zonas detectadas 				
PRESUPUESTO	30.000 €	% DEL EJE	2,52%	% DEL PLAN	0,93%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 2	FECHA INICIO	I Trim. 2023	FECHA FIN	III Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Unificación de la imagen de la ZCA del municipio, que se debería de traducir en un incremento de la afluencia de clientes y, por tanto, aumento de las ventas. Además, se consolida la apuesta por los servicios de calidad.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles				
INDICADORES	N° de actuaciones realizadas N° de negocios beneficiados Nivel de satisfacción de los negocios Variación de la afluencia de clientes en la ZCA				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	3	IMPACTO	4	

EJE	5. Infraestructuras y servicios				
ACCIÓN	5.6.- Ampliación de los servicios disponibles en las playas del municipio				
JUSTIFICACIÓN	Uno de los principales atractivos turísticos del municipio es su costa, sus playas características de arena negra o charcos naturales. Aun así, se tratan de espacios que requieren de unos servicios mínimos que garanticen la seguridad de las personas usuarias así como la calidad de las mismas (accesibilidad, duchas, socorrista, ...).				
DESCRIPCIÓN	Dotación y mejora de los servicios disponibles en la costa del municipio. Entre los servicios requeridos figurarían: socorrismo, pasarela de acceso, duchas, zona de sombra, balizamiento de zonas peligrosas, entre otras.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Mejorar la oferta turística en el destino Apostar por la calidad en los servicios ofertados Impulsar la economía local				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Estudio de viabilidad de las mejoras a llevar a cabo en las playas del municipio - Ejecución, dotación y ampliación de la oferta de servicios disponibles en las playas y charcas de Santiago del Teide				
PRESUPUESTO	60.000 €	% DEL EJE	5,04%	% DEL PLAN	1,86%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1 Anualidad 2	FECHA INICIO	III Trim. 2022	FECHA FIN	II Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Mejora y ampliación de los servicios disponibles en la costa del municipio.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación				
INDICADORES	Nº de servicios implementados Nº de personas beneficiarias Nivel de satisfacción de las personas beneficiarias				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	3	

EJE	5. Infraestructuras y servicios				
ACCIÓN	5.7.- Mejorar la caminabilidad del municipio				
JUSTIFICACIÓN	La mejora de la caminabilidad de las zonas urbanas no sólo genera beneficios para la salud, sino que también revitaliza la actividad económica, mejora la movilidad y la calidad de vida de la ciudadanía, así como incrementa el valor del turismo. A estos beneficios, hay que sumarle los medioambientales ya que se reduce la huella de carbono y el ruido, entre otros efectos positivos.				
DESCRIPCIÓN	Mejorar la caminabilidad de las calles del municipio ya sea mediante peatonalización y/o embellecimiento para que el municipio sea más accesible e inclusivo.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Apostar por la accesibilidad del destino Mejorar la competitividad del destino Impulsar la economía local				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Identificación de puntos que requieren de una mejora para que sean más accesibles - Ejecución de mejoras				
PRESUPUESTO	600.000 €	% DEL EJE	50,42%	% DEL PLAN	18,63%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1	FECHA INICIO	II Trim. 2022	FECHA FIN	IV Trim. 2022
RESULTADOS PREVISTOS	Reconversión de los núcleos urbanos, en núcleos accesibles, apostando por la caminabilidad y la reducción de los vehículos a motor. Con ello, se pretende crear entornos más saludables, libres de ruidos y seguros.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación				
INDICADORES	Metros de acera mejoradas Metros de calles peatonalizadas Variación de la afluencia de población local y visitante por las zonas mejoradas				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	3	IMPACTO	4	

EJE	5. Infraestructuras y servicios				
ACCIÓN	5.8.- Remodelación oficina turística				
JUSTIFICACIÓN	Actualmente, las infraestructuras están obsoletas y requieren de una renovación y adaptación a las nuevas tecnologías				
DESCRIPCIÓN	Reforma de las Oficinas Turísticas del municipio que en la actualidad no se encuentran en buen estado y requieren de una modernización dotándolas de nuevas tecnologías.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ACTUACIÓN	Mejorar la oferta turística en el destino Ampliar la información disponible Apostar por la digitalización del destino				
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	- Determinar los equipamientos que se van a remodelar - Reforma y adaptación de los equipamientos en materia de sostenibilidad, accesibilidad y transformación digital				
PRESUPUESTO	150.000 €	% DEL EJE	12,61%	% DEL PLAN	4,66%
FECHA DE EJECUCIÓN	Anualidad 1 Anualidad 2	FECHA INICIO	III Trim. 2022	FECHA FIN	II Trim. 2023
RESULTADOS PREVISTOS	Mejora de la oferta de instalaciones turísticas a disposición del visitante, mediante la apuesta por la digitalización de los servicios.				
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación				
INDICADORES	Nº de actuaciones realizadas Nº de mejoras digitales implementadas Variación de personas visitantes de la oficina Variación del nivel de satisfacción de los/as visitantes.				
MAPA DE CALOR	URGENCIA	4	IMPACTO	3	

8.5. Hoja de ruta

A continuación, se muestra el cronograma de actuaciones, distribuido por Ejes Estratégicos:

■ Eje 1. Gestión y gobernanza colaborativa

CRONOGRAMA

EJES	Actuaciones	AÑO 1: 2022				AÑO 2: 2023				AÑO 3: 2024			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Gestión y gobernanza colaborativa	1.1.- Mesa de turismo sostenible del municipio												
1. Gestión y gobernanza colaborativa	1.2.- Puesta en marcha del plan estratégico y seguimiento												
1. Gestión y gobernanza colaborativa	1.3.- Evaluación del plan estratégico												
1. Gestión y gobernanza colaborativa	1.4.- Adaptación del plan estratégico												
1. Gestión y gobernanza colaborativa	1.5.- Creación de un ecosistema de partners												

■ Eje 2. Sostenibilidad

CRONOGRAMA

EJES	Actuaciones	AÑO 1: 2022				AÑO 2: 2023				AÑO 3: 2024			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
2. Sostenibilidad	2.1.- Estudio sobre el impacto ambiental y la capacidad de carga de las zonas más visitadas												
2. Sostenibilidad	2.2.- Sensorización de las zonas más visitadas												
2. Sostenibilidad	2.3.- Campaña de educación ambiental												
2. Sostenibilidad	2.4.- Identificación de zonas degradadas con potencial turístico y su recuperación												
2. Sostenibilidad	2.5.- Plan de gestión de residuos en zonas turísticas												
2. Sostenibilidad	2.6.- Campaña de concienciación sobre ahorro energético, agua y gestión de residuos para turistas (temporada alta) y población, en general (todo el año)												
2. Sostenibilidad	2.7.- Jornadas de divulgación de los valores naturales y patrimoniales del municipio												
2. Sostenibilidad	2.8.- Plan de puntos de recarga de coches eléctrico												
2. Sostenibilidad	2.9.- Mejora de la eficiencia energética en el alumbrado y equipamientos públicos												

■ Eje 3. Competitividad y calidad turística

CRONOGRAMA

EJES	Actuaciones	AÑO 1: 2022				AÑO 2: 2023				AÑO 3: 2024			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
3. Competitividad y calidad turística	3.1.- Estudio sobre los perfiles profesionales de difícil cobertura para el sector turístico												
3. Competitividad y calidad turística	3.2.- Programa de formación en idiomas												
3. Competitividad y calidad turística	3.3.- Programa de ayudas a las PYMEs para mejorar la calidad del servicio, en materia de digitalización, sostenibilidad y accesibilidad de sus negocios.												
3. Competitividad y calidad turística	3.4.- Estudio sobre la oferta sociocultural en el municipio y su adecuación a la demanda turística												
3. Competitividad y calidad turística	3.5.- Impulso de la promoción e identificación en nuevos mercados, principalmente, nórdico y centroeuropeos												
3. Competitividad y calidad turística	3.6.- Potenciación de la marca SDT "diferente por naturaleza"												
3. Competitividad y calidad turística	3.7.- Revisión web turística del destino y determinación de los criterios para la inclusión de actividades												
3. Competitividad y calidad turística	3.8.- Impulso de la marca SDT Gastro Lovers												
3. Competitividad y calidad turística	3.9.- Ampliación y mejora de la oferta de equipamientos de turismo activo												
3. Competitividad y calidad turística	3.10.- Campaña y apoyo a la diversificación de la oferta comercial en núcleos turísticos												
3. Competitividad y calidad turística	3.11.- Distintivo bandera azul en todas las playas del municipio												
3. Competitividad y calidad turística	3.12.- Mejora de la oferta de transporte público (horarios)												
3. Competitividad y calidad turística	3.13.- Programa de eventos anual de interés turístico												
3. Competitividad y calidad turística	3.14.- Programa de apoyo para la certificación en materia de sostenibilidad y calidad turística												
3. Competitividad y calidad turística	3.15.- Oficina de asesoramiento en materia de sostenibilidad, calidad y gestión turística												
3. Competitividad y calidad turística	3.16.- Inventario de recursos turísticos												
3. Competitividad y calidad turística	3.17.- Promoción turística "Camino de Santiago-Ruta Jacobea"												
3. Competitividad y calidad turística	3.18.- Campaña de puesta en valor del producto local												
3. Competitividad y calidad turística	3.19.- Detección y creación de puntos de observación astronómica asociados a miradores												
3. Competitividad y calidad turística	3.20.- Diseño de un producto turístico de naturaleza												

■ Eje 4. Digitalización

CRONOGRAMA

EJES	Actuaciones	AÑO 1: 2022				AÑO 2: 2023				AÑO 3: 2024			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
4. Digitalización	4.1.- Red de wifi pública												
4. Digitalización	4.2.- Implementación de acciones de Destino Turístico Inteligente												
4. Digitalización	4.3.- Digitalización del comercio minorista												
4. Digitalización	4.4.- Sistema de monitoreo del flujo de visitantes y nivel de satisfacción												
4. Digitalización	4.5.- Análisis del perfil del visitante mediante BigData												
4. Digitalización	4.6.- Formación on-line integral para los profesionales del sector turístico en innovación, competitividad, transformación digital, SICTED y DTI entre otros.												

■ Eje 5. Infraestructuras y servicios

CRONOGRAMA

EJES	Actuaciones	AÑO 1: 2022				AÑO 2: 2023				AÑO 3: 2024			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
5. Infraestructuras y servicios	5.1.- Estudio aparcamientos disuasorios con lanzadera de guagua												
5. Infraestructuras y servicios	5.2.- Revisión del plan de dirección de la circulación en Puerto Santiago												
5. Infraestructuras y servicios	5.3.- Mejora de la señalética a los puntos de interés turístico												
5. Infraestructuras y servicios	5.4.- Plan de embellecimiento de la costa de SDT												
5. Infraestructuras y servicios	5.5.- Armonización de la ZCA												
5. Infraestructuras y servicios	5.6.- Ampliación de los servicios disponibles en las playas del municipio												
5. Infraestructuras y servicios	5.7.- Mejorar la caminabilidad del municipio												
5. Infraestructuras y servicios	5.8.- Remodelación oficina turística												

8.6. Mapa de calor

En el siguiente gráfico se muestra el mapa de calor de priorización de los ejes estratégicos, atendiendo a su urgencia e impacto. Para su cálculo, primero se valora cada acción, priorizando por temporalidad de ejecución e impacto estimado. A continuación, se calcula el promedio de valoración por ejes estratégicos, resultando la Tabla 1, siguiente.

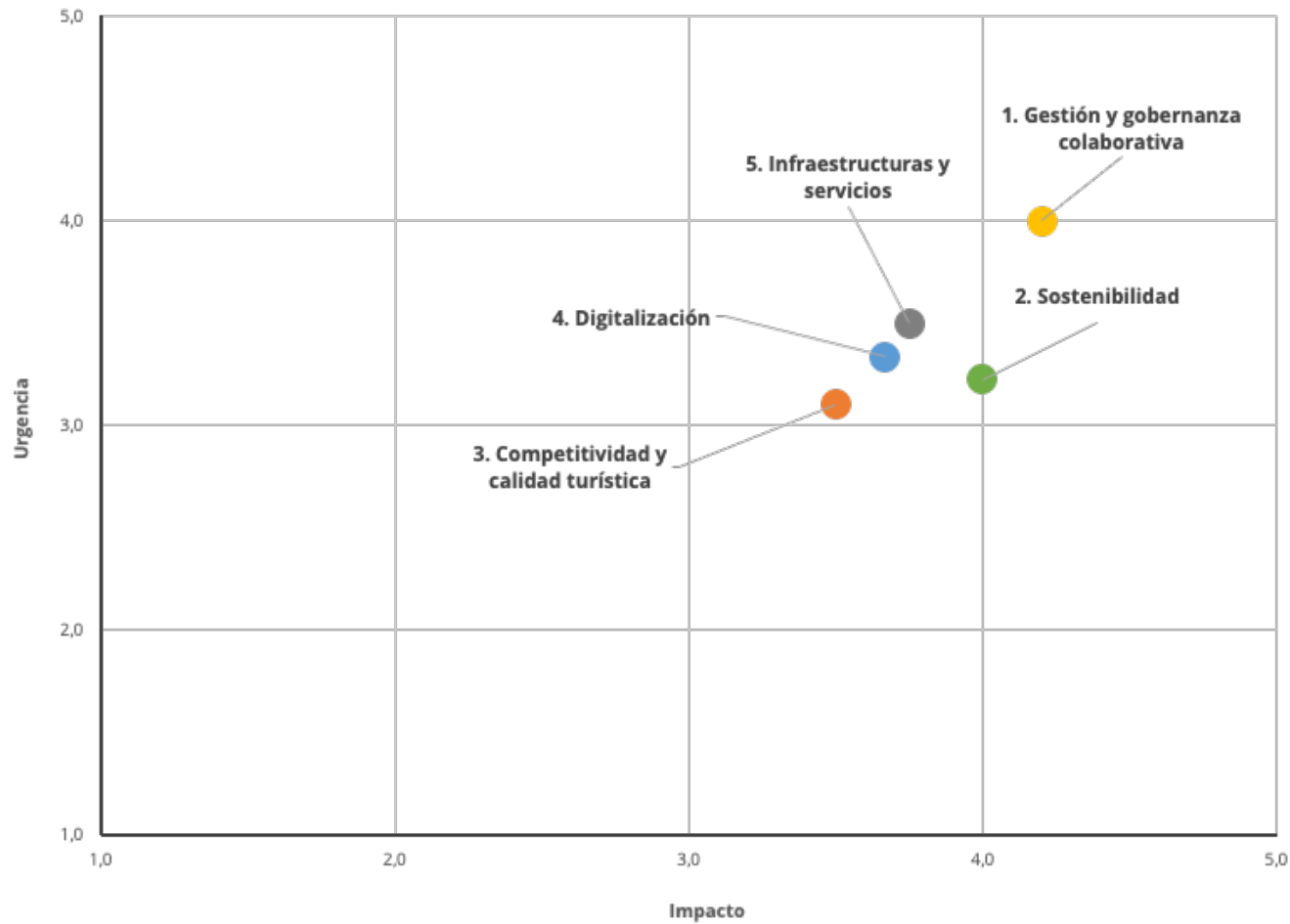
Llevando los datos de la tabla de urgencia-impacto a un gráfico de dispersión se obtiene la Gráfica 29, de la página siguiente. En ella, se representa el punto de urgencia-impacto de cada eje sobre un cuadrante. El cuadrante inferior izquierdo indica una menor urgencia e impacto de los ejes propuestos, mientras que el cuadrante superior derecho, incluye las líneas con mayor urgencia e impacto esperado. En los otros dos cuadrantes se situarían las líneas con alto nivel de urgencia, pero bajo impacto y las de menor urgencia, pero alto impacto estimado.

Tabla 1. Estimación de urgencia-impacto promedio de los ejes

Eje	Urgencia	Impacto
1. Gestión y gobernanza colaborativa	4,2	4,0
2. Sostenibilidad	4,0	3,2
3. Competitividad y calidad turística	3,5	3,1
4. Digitalización	3,7	3,3
5. Infraestructuras y servicios	3,8	3,5

Gráfico 29: Mapa de calor de líneas estratégicas

Se ha representado cada punto del color asignado a su eje correspondiente.



9. Índice de gráficos e ilustraciones

9.1. Gráficos

Gráfico 1: Evolución del número de empadronados en el municipio de Santiago del Teide (2000-2020)	28	Gráfico 9: Empresas inscritas en la Seguridad Social según actividad económica en Tenerife (2020)	34
Gráfico 2: número de empadronados en el municipio de Santiago del Teide, según unidades poblacionales (2020)	29	Gráfico 10: Empleos según situaciones profesionales y ramas de actividad (CNAE-09) en Santiago del Teide (1T de 2021)	35
Gráfico 3: Evolución del número de empadronados en el municipio de Santiago del Teide, en las tres unidades más pobladas (2000-2020)	30	Gráfico 11: Empleos y relación con la actividad económica en Santiago del Teide (1T 2020 - 1T 2021)	35
Gráfico 4: Evolución de la media de edad en la población de Santiago del Teide (2000-2020)	31	Gráfico 12: Número de establecimientos abiertos	36
Gráfico 5: Pirámide de población de Santiago del Teide (2020)	31	Gráfico 13: Plazas ofertadas	37
Gráfico 6: Empresas inscritas en la Seguridad Social según actividad económica en Santiago del Teide (2021)	32	Gráfico 14: Plazas hoteleras y extrahoteleras	37
Gráfico 7: Empresas inscritas en la Seguridad Social según actividad económica en Santiago del Teide (2016-2021)	33	Gráfico 15: Indicadores de rentabilidad ADR	38
Gráfico 8: Empresas inscritas en la Seguridad Social según actividad económica en Tenerife (2016-2021)	34	Gráfico 16: Indicadores de rentabilidad RevPAR	38
		Gráfico 17: Indicadores de rentabilidad	39
		Gráfico 18: Ingresos totales por hospedaje en los establecimientos alojativos de Santiago del Teide (2010-2021)	40
		Gráfico 19: Oferta de restauración	40
		Gráfico 20: Viajeros entrados en establecimientos de Santiago del Teide (2010-2020)	44
		Gráfico 21: Pernoctaciones en Santiago del Teide (2010-2020)	44
		Gráfico 22: Tasa de ocupación	45

Gráfico 23: Tasa de ocupación en establecimientos hoteleros y extrahoteleros	46
Gráfico 24: Estacionalidad de la demanda relativa a la tasa de ocupación	46
Gráfico 25: Estancia media en establecimientos hoteleros y extrahoteleros	47
Gráfico 26: Evolución de la demanda por lugares de residencia. Santiago del Teide (2010-2020)	48
Gráfico 27: Gasto turístico en Canarias, Tenerife, Santiago del Teide (2018-2021)	49
Gráfico 28: Actividades realizadas en destino, Tenerife (2019-2020)	49
Gráfico 29: Mapa de calor de líneas estratégicas	126

9.2. Ilustraciones

Ilustración 1: Ejes transversales del Plan ESPAÑA PUEDE	23
Ilustración 2 Prioridades estratégicas del Plan REACTIVA Canarias: .	25
Ilustración 3. Imagen formulario Google Form.....	53
Ilustración 4. Captura pantalla sesión participativa (20 de diciembre de 2021).....	59

Plan Estratégico Participativo Sostenible de Turismo de Santiago del Teide

Diciembre 2021



Ayuntamiento de Santiago del Teide

Desarrollado por:



Innovaris S.L