



Castilla destaca la digitalización de Islas Canarias en la cumbre mundial de turismo coorganizada por la OMT

La consejera anuncia en el foro 'The Future of Tourism World Summit', celebrado en Barcelona, que el año que viene se pondrá a disposición de las empresas turísticas herramientas para la medición y reducción de la huella de carbono a través de la estrategia Canarias Destino

La consejera de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla, insistió ayer en la cumbre mundial del turismo 'The Future of Tourism World Summit' en el trabajo que se está realizando desde Turismo de Canarias para que el archipiélago consolide un liderazgo digital que le permita no sólo transformar su modelo turístico, sino también empoderarse como destino.

Este foro está organizado por la Organización Mundial del Turismo (OMT), la Fundación Incyde (que agrupa a las cámaras de comercio de España) y la Fundación Advanced Leadership. El evento, que se celebra en Barcelona y que reúne a expertos nacionales e internacionales para abordar los retos a los que se enfrenta el turismo, fue inaugurado por **el secretario de la OMT, Zurab Pololikashvili**, y la ministra de Turismo, Industria y Comercio, Reyes Maroto.

Yaiza Castilla intervino en la mesa redonda sobre digitalización y destinos inteligentes, donde compartió el trabajo que desde Turismo de Canarias se está realizando en este ámbito a través de la estrategia [Canarias Destino](#), que pretende transformar el modelo turístico de las islas a través de las nuevas tecnologías y la colaboración del sector público y privado.

Un cambio en la estructura turística que sólo podrá llegar de la mano de la **digitalización**, tal y como aseguró Castilla. "Sólo siendo líderes digitales podremos adaptarnos a los numerosos cambios que la pandemia ha provocado en el sector turístico". El nuevo ciclo acarrea distintos hábitos de comportamiento de los turistas, que buscan experiencias más auténticas mientras crece su preocupación por el impacto medioambiental de las mismas, "lo que nos exige una mayor generación de valor en términos de retorno, respeto a nuestra identidad y equilibrio medioambiental", recordó la consejera. Además, el nuevo escenario también trae novedades en el modelo de negocio turístico global, desencadenadas en buena parte por la transformación digital.

Una transformación que va emparejada al **empoderamiento del destino**, "que debe dejar de tener una posición subordinada y aprovechar la oportunidad que nos da la digitalización, tanto a las administraciones como a las empresas", resaltó Castilla. El objetivo que persigue Turismo de Canarias es el de "confluir y trabajar juntos como destino, alcanzando así una posición de mayor cooperación con los grandes operadores turísticos y de mayor relevancia en la cadena de valor de nuestra industria", agregó la consejera.

Plataforma digital única

Precisamente, la nueva estrategia Canarias Destino, presentada el pasado mes de marzo, definió la creación de **una plataforma digital única** como su principal eje de actuación. Esta plataforma, ahora en construcción, "está orientada a la organización y potenciación del ecosistema turístico canario en su integridad, con el fin de alcanzar un turismo canario más competitivo y resiliente, más comprometido con la neutralidad climática que nos exigen visitantes y residentes y con una mayor capacidad de generar valor en favor de la economía y la ciudadanía de las ocho islas", explicó Castilla en el foro.

La consejera detalló los distintos objetivos que se pretenden alcanzar a través de este proyecto, como conectar al turista, las empresas y el destino para generar nuevas oportunidades de comercialización directa; aumentar la innovación y la inteligencia de los negocios; y medir la huella de carbono y el grado de circularidad del **producto turístico canario** en su integridad.



“Estamos trabajando en el incremento real de nuestro compromiso con la reducción de las emisiones de carbono de las actividades vinculadas al turismo y también aquí la digitalización juega un papel muy importante”, explicó Castilla. Por ello, una de las primeras medidas que se tomarán será la puesta a disposición de las empresas turísticas de las islas, a través de la citada plataforma única, de diversas herramientas que permitan la medición de su **huella de carbono** y la definición de su estrategia de reducción y de compensación.

“A finales de este mismo año ya pondremos en marcha una experiencia piloto para comenzar con las herramientas a plena disposición en **marzo del próximo año**”, adelantó la consejera, que insistió en que el objetivo de Turismo de Canarias es el de cumplir no sólo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030, sino también con las expectativas de los visitantes.

Por el momento, Canarias Destino ya ha implicado una renovación de la web promocional [Holaislascanarias](#), caracterizada especialmente por “la integración de una tecnología de atribución de datos que nos ha permitido trascender la segmentación para hablar de personalización y dirigimos así a nuestros turistas de manera individualizada en todo nuestro marketing digital”, aseguró Castilla.

El resultado es un ecosistema capaz de publicar los 365 días del año **más de 10.000 anuncios diferentes** en 21 países y en 15 idiomas. “Se trata de un gran esfuerzo de creatividad, innovación y sólido liderazgo digital que ya hemos comenzado a compartir con el sector en Canarias para la realización de campañas de manera conjunta”, explicó la consejera.

A la cumbre ‘The Future of Tourism World Summit’, que cuenta con la Fundación Incyde de las Cámaras de Comercio de España como una de sus impulsoras, asistió el secretario general de la Cámara de Comercio de Gran Canaria, **Luis Padrón**, que destacó la relevancia de este congreso. “Este encuentro es clave como espacio generador de propuestas de modernización y reinención del turismo, propuestas que van a contribuir a la reactivación económica global de este sector”, aseguró Padrón.