

TRIBUNA LIBRE

APUNTES DEL FORO CANARIAS

ANTONIO GARZÓN, CRISTINA DEL RÍO Y FERNANDO SÁENZ-MARRERO

Si nos guiamos por los titulares del 2025 podríamos concluir que Canarias vive un momento dulce del turismo. No obstante, si profundizamos en los datos, obtenemos una radiografía que nos llama a la prudencia. Y es que, a pesar de la euforia de los récords turísticos, estamos en un cambio de ciclo

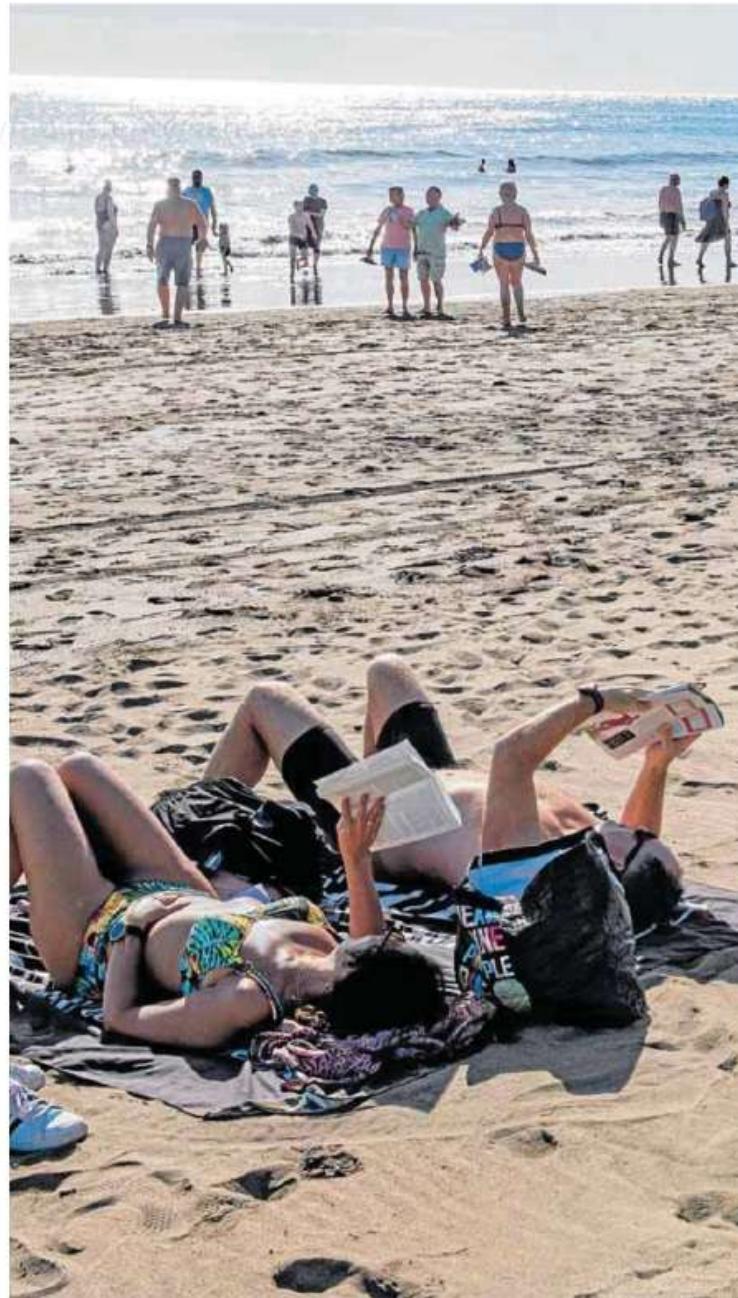
Año 225. Récord de visitantes: euforia contenida y retos turístico-sociales para 2026. Si nos guiamos por los titulares del 2025 podríamos concluir que en Canarias vivimos un momento dulce del turismo: récord de más de 18 millones de visitantes, nuevo récord de facturación turística y número de ocupados por encima del millón de trabajadores (según EPAs). No obstante, si profundizamos en los datos, obtenemos una radiografía que nos llama a la prudencia observando detenidamente los siguientes cinco aspectos:

1) Ralentización del aumento de gasto: Si bien el año cerrará con un ligero aumento (aprox. 23.000 millones), venimos desde 2022 creciendo a un ritmo de 3.000 millones de gasto por año hasta el 2024 (22.400 millones), incremento que este año se verá reducido y que se mantiene en positivo por el mayor número de turistas. De hecho, tanto el gasto turístico por turista como el gasto por turista/día registran un ligero retroceso (comparativo interanual de los tres trimestres).

Esta es la primera señal de un cambio de ciclo, que se intuye desde hace meses por el cambio de comportamiento del turista: reducción de la estancia media y de los gastos extras. No obstante, la buena noticia es que el turista quiere viajar a toda costa, mientras pueda económicamente, evidenciándose la fortaleza del bien de consumo "vacaciones" con gran resistencia a la inflación. Podemos estar ya entrando en un cambio de ciclo con, preferiblemente, un aterrizaje suave.

2) Escasez de vivienda: Supone el mayor desequilibrador social del momento. Las principales causas son la Ley Nacional de Vivienda, la nula construcción de viviendas desde la crisis del 2008, la expansión del alquiler vacacional y la adquisición de viviendas por no residentes. La declaración de emergencia habitacional en enero del 2024 no ha producido avances notables. ¿Y esto qué tiene que ver con el turismo? Desde los años 80 los planificadores promulgaron que la capacidad de carga de un destino se basaría exclusivamente en criterios medioambientales, pero el tiempo nos ha mostrado que un destino tiene varias capacidades de carga (ecológica, psicológica, infraestructural, social y económica), de las cuales justamente la social es la que más se ha desequilibrado en los últimos años, principalmente por la falta de vivienda. La actividad turística no puede ser sostenible si este componente social está fuera del equilibrio.

3) Calidad de vida en retroceso: A parte de la problemática habitacional, hay varios indicadores sociales que sitúan a Canarias en las últimas posiciones en el comparativo nacional, como son el Informe



Turistas este mes de diciembre en la playa del Inglés, en Gran Canaria. ARCADIO SUÁREZ

Cotec sobre atracción y retención de talento, la tasa Arope, que mide la población en riesgo de pobreza o exclusión social, y el Índicador Multidimensional de Calidad de Vida del INE.

A ello se podrían añadir otras "emergencias", como la de movilidad (por las

congestiones de las autovías principales), la educativa (entre otras cuestiones, por las dificultades de implantación de la nueva FP dual) y la nutricional (por seguir estando entre las comunidades con más enfermedades de gran prevalencia relacionadas con la mala alimentación). Esta ca-

rencia de calidad de vida podría explicar que Canarias sea la comunidad española con la natalidad más baja con una tasa de fecundidad de 0,8 hijos por mujer, frente a la media nacional que ronda los 1,10 (siendo España, además, el país con menor fecundidad de la Unión Europea). ¿Y esto qué tiene que ver con el turismo? El Profesor Jafar Jafari (Doctor Honoris Causa de la ULPGC) en sus visitas durante muchos años nos recordaba un slogan que hizo propio: «Un lugar bonito para vivir, es un lugar bonito para visitar, y viceversa» (traducido literalmente del inglés). Ello bien puede entenderse como un serio aviso: cuando un lugar deje de ser bonito para vivir, tarde o temprano dejará de ser bonito para visitar. Ya vemos aquí que el ámbito social va cogido de la mano del turismo. No puede existir a largo plazo el uno sin el otro. La prosperidad compartida debe ser un buen indicador del deseado futuro equilibrado del turismo.

4) Transformación de la estructura alojativa turística: En el 2025 las camas de alquiler vacacional continuaron su expansión en detrimento de la oferta tradicional. En cuanto a capacidad alojativa potencial, las vacacionales ya igualan a las camas tradicionales y en la capacidad disponible rondan casi un tercio de la oferta, según datos de Turismo Canarias). El alquiler vacacional maximiza las rentas individuales de los propietarios, pero no contribuye a la riqueza de un destino en la medida en que lo hace el alojamiento tradicional, por tres razones: menor gasto turístico, menor tributación y menor creación de empleo directo de las viviendas vacacionales. Por tanto, una parte de esos 18 millones de turistas tienen una aportación menor al reparto general de riqueza que se produce a través del empleo, los impuestos y el gasto turístico. La transformación positiva e innovadora de la estructura alojativa turística debe seguir una senda correctiva del desajuste actual.

5) Expansión de los competidores y contracción del consumo de los mercados emisores: El mundo fuera de Canarias se mueve a una velocidad considerable. Mientras nuestro vecino Marruecos consolida su desarrollo turístico con mayor conectividad e inversiones extranjeras, Egipto abre su espectacular Museo Egipcio que vuelve a ser reclamo de atracción de más visitantes y Turquía continúa con su expansión hotelera con la apertura de más de 300 hoteles entre 2024 y 2026, por solo nombrar algunos destinos. Todos tienen un denominador común: la creación de productos modernos con una relación calidad-precio muy competitiva en un contexto de una previsión de una importante contracción del consumo en los mercados emisores. Se aceleran cambios importantes en la competencia más directa

en un panorama económico muy incierto y plagado de eventuales cisnes negros.

Estos apuntes nos muestran que Canarias tendrá que gestionar importantes retos turísticos de forma urgente e inminente, entre lo que podríamos destacar los siguientes cinco:

1. Actualización de la legislación turística. Al proceso de aprobación de la Ley de Vivienda Vacacional le seguirá la actualización de las Leyes Turísticas con contenidos como la preservación del principio de unidad de explotación. Como se ha visto a lo largo del 2025, son procesos donde hay intereses muy enfrentados y no siempre es posible el consenso, por lo que requiere de planificadores valientes, que antepongan el interés general al de algunas minorías cuyos intereses particulares, aunque legítimos, perjudican al interés general. Todo ello no termina con la aprobación de las leyes, sino conlleva procesos posteriores, algunos muy complejos, como la especialización de usos o la definición de dónde y cuántas viviendas de alquiler vacacional son posibles en cada zona, procesos en los que la cooperación de los ayuntamientos resulta vital, en pro de un proyecto turístico coherente a largo plazo y alejado de fines electoralistas personales y partidistas. Parte de este proyecto deberá ser la conservación a toda costa de la capacidad alojativa tradicional como eje del motor turístico.

2. Gestión de la vivienda. A la contención de la pérdida de camas turísticas tradicionales se contrapone la contención de la expansión del alquiler vacacional, lo cual ya contempla la nueva Ley de Vivienda Vacacional. No obstante, ello no garantiza los flujos (o retornos) de dichos

«La construcción de viviendas residenciales en municipios turísticos o aledaños podría ser una solución eficaz para descongestionar las autovías»

objetos al mercado de alquiler residencial. La ampliación del parque de viviendas residenciales resultará más bien de medidas como la agilización de nuevas construcciones (reducción de los plazos de licencias, etc.), fórmulas que faciliten el acceso (alquiler asequible, seguro de impago, etc.), fórmulas habitacionales nuevas (coliving, cohousing) y el uso de la fiscalidad como incentivo o desincentivo (impuesto de transmisiones patrimoniales diferenciado para 1^a vivienda, IBI diferenciado para segundas viviendas, etc.). Asimismo, la construcción de viviendas residenciales en municipios turísticos o aledaños podría ser una solución eficaz para descongestionar las autovías, al acercar al residente a su puesto de trabajo.

3. Reto demográfico: gestión externa e interna. La ampliación del parque de viviendas no tendría efecto si las nuevas construcciones cayeran en manos de no-residentes. De ahí que la limitación de compra de viviendas por no-residentes sea una cuestión inevitable, siempre que la restricción se plantee de forma temporal, para una determinada franja de valor (pues los chalets no afectan a esta emergencia) y se contemplen también medidas restrictivas en el mercado del alquiler (requisitos para el empadronamiento

«Hay que desmentir falsos mitos que influyen negativamente en la disposición al trabajo en el sector turístico»

to). No obstante, hablar de «reto demográfico» no sólo es contener el asentamiento de no-residentes que no están activos, sino también mejorar la estructura demográfica interna en todas sus dimensiones de edad, empezando por volver a darle viabilidad económica al «tener niños». De la misma manera, se debe impulsar la competitividad laboral de la población parada y convertirlos en ocupados, lo cual evitaria, en parte, cubrir vacantes de empleo con trabajadores de fuera. Sin olvidar en todo ello la necesidad de medidas de mejora del bienestar para todos los grupos de edad, que podría repercutir en un envejecimiento más saludable y un posible retraso voluntario de jubilaciones, es decir, en el aprovechamiento de activos importantes unos años más.

4. FP dual, narrativa turística y revalorización de las profesiones. Se hace necesario enfocar a medio plazo la formación dual intensiva como el objetivo del modelo de FP dual público de Canarias con un porcentaje de formación en la empresa de aproximadamente el 40-50% de las horas totales de formación. Únicamente su aplicación en el ámbito público podrá crear un potencial suficiente de trabajadores cualificados para la demanda de puestos de hostelería que se está produciendo masivamente por las jubilaciones

de la Generación de los Babyboomers. En este contexto, la necesidad de una nueva y potente narrativa sobre el turismo de Canarias debe ser ampliada con un relato real sobre las profesiones turísticas, acompañado de estrategias de comunicación que desmientan falsos mitos que influyen negativamente en la disposición al trabajo en el sector, como por ejemplo el continuo mensaje de que «Canarias tiene los salarios más bajos».

5. Modernización de infraestructuras turísticas dirigida a segmentos. Los destinos competidores desarrollan su oferta turística con hoteles nuevos, destinos renovados, productos de ocio & cultura, adaptaciones a segmentos y mejoras en la relación calidad-precio. En Canarias no podemos quedarnos atrás en este proceso de renovación y ponernos al día con las infraestructuras turísticas públicas, así como privadas como los centros comerciales de las zonas maduras, adaptando las modernizaciones a los perfiles de turistas que se quieran consolidar.

En conclusión, a pesar de la euforia de los récords turísticos del 2025 en visitantes, facturación y empleo, estamos en un cambio de ciclo, visible ya en la retracción del gasto turístico, en un contexto de un desequilibrio en el ámbito social y frente a un panorama geopolítico internacional lleno de incertidumbre. Los retos que se derivan de esta constelación son múltiples, si bien la mayoría de ellos (vivienda, mejora de la calidad de vida, reto demográfico, formación profesional, narrativa turística) tienen el denominador común de la sostenibilidad social, piedra angular sobre la que se debe mover la planificación turística.