

NEWSLETTER TIDES
Winter 2020 n°5



ULPGC
Universidad de
Las Palmas de
Gran Canaria

Instituto
Universitario de
Turismo y
Desarrollo
Económico
Sostenible



Tides



La Agenda de
Investigación
Turística en la etapa
post-COVID

El impacto
económico de la
vivienda vacacional
en Canarias

Especial
El TIDES: la 'vacuna
científica' del turismo

Los desafíos turísticos tras la pandemia:
cuando una crisis puede ser una gran oportunidad



ULPGC
Universidad de
Las Palmas de
Gran Canaria

Instituto
Universitario de
Turismo y
Desarrollo
Económico
Sostenible



Instituto Tides
Campus Universitario de Tafira, módulo E
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

+ 34 928 454 960

www.tides.es

tides@ulpgc.es

Edición:
Apiedepágina Comunicación

Maquetación:
Corporativa Desarrollo Creativo

Impresión:
Silvagráficas S.L.



Thinking
tourism!

La UPGC se convierte en la 1ª en España en el Ranking de Gestión turística



Proyectos repartidos en más de 40 países



ÍNDICE

pág. **6** **CARTA DEL DIRECTOR**

- Carmelo León

pág. **8** **ACTUALIDAD**

- El turista de vivienda vacacional gasta más en Canarias
- Otras noticias

pág. **14** **INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN**

• **ESPECIAL COVID**

- Una Agenda de Investigación para el Turismo en la etapa post-COVID
- Evaluación de las políticas turísticas y de salud (Carmelo León)
- Nuevas Amenazas/Nuevos Escenarios (Jin Taira)
- Soluciones urbanísticas al cambio climático y para la sociedad post-coronavirus
- La COVID-19 y el transporte aéreo (Juan Carlos Martín y Concepción Román)
- Canarias en la era post covid (Zoilo Alemán)
- Razones para ser optimistas sobre el turismo post-COVID-19 en Canarias (Jacques Bulchand-Gidumal)
- Un cambio en las intenciones de compra anticipada de vuelos
- 'Canarias Importa', la apuesta por un nuevo modelo de desarrollo (Edu William)

• **NOTICIAS**

pág. **46** **FORMACIÓN**

Más de 100 seminarios de investigación impartidos



Publicaciones en más de 40 revistas académicas de reconocido prestigio



Más de 100 investigadores de 6 grupos de investigación



Organizado en 6 divisiones especializadas

- LABORATORIO DE DISEÑO E INNOVACIÓN TURÍSTICA
- EMPRESA Y GESTIÓN TURÍSTICA
- MÉTODOS CUANTITATIVOS Y ANÁLISIS ESTADÍSTICO
- FORMACIÓN Y COOPERACIÓN AL DESARROLLO
- MARKETING Y DINAMIZACIÓN TURÍSTICA
- ESTRATEGIA TERRITORIAL DEL TURISMO



Thinking
tourism!**CARTA DEL DIRECTOR.** Carmelo León

El año 2020 ha representado un año de necesaria reflexión para el turismo y su sostenibilidad, provocado por la aparición de la pandemia de la COVID-19 y sus conocidos efectos en los ámbitos sociales y económicos. A esta reflexión, se ha sumado el Instituto de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (TiDES), como baluarte de la investigación científica avanzada en turismo y en la sostenibilidad en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

En este año 2020, se ha cumplido también el décimo aniversario de la creación del Instituto TiDES, motivo que nos invita a la celebración por los significativos hitos alcanzados. En este periodo, el TiDES se ha constituido en un centro de referencia para la generación y la transferencia de conocimiento y para la formación avanzada sobre el turismo y la sostenibilidad en el planeta; que ha conseguido enhebrar de forma transversal, interdisciplinar, abierta y creativa, las energías y capacidades de más de 120 investigadores e investigadoras de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, y de otro centenar de colaboradores y colaboradoras de otras instituciones sociales, académicas y científicas de los ámbitos nacional e internacional.

La productividad científica aportada por los miembros del Instituto TiDES ha contribuido de forma determinante a que la ULPGC encabece el ranking en el área de turismo de las Universidades españolas; además, forma parte del grupo de las cuatro primeras Universidades europeas, situándose en el puesto 23 del mundo en el famoso y reconocido Ranking Académico de las Universidades del Mundo (ARWU). Este máximo reconocimiento se debe a las altas capacidades que han desplegado los investigadores y las investigadoras del TiDES para aportar conocimientos y avances que han sido publicados en los medios científicos de mayor impacto y calidad a nivel mundial. Se trata de aportaciones innovadoras que realizan contribuciones importantes al desarrollo del conocimiento científico en el turismo, para su transferencia a la sociedad y a la actividad turística.

En esta década, el Instituto TiDES no solo ha conseguido posicionarse como un centro de investigación de excelencia a nivel mundial, sino que también ha conseguido profundizar en los valores que sentaron el punto de partida desde su constitución: la interdisciplinariedad, la transversalidad, la innovación, la creatividad y la sostenibilidad. Como ejemplo, hay que destacar la reciente creación del Laboratorio de Emociones (EMOTUR), que servirá de herramienta fundamental para la investigación del papel que tienen los condicionantes emocionales en las decisiones individuales y sociales hacia la sostenibilidad del turismo, liderado por el Catedrático Sergio Moreno Gil. A ello, debemos añadir la próxima creación de un laboratorio para el seguimiento de los efectos del cambio climático, que se vinculará posteriormente al Centro para el Estudio del Cambio Climático de Naciones Unidas en la ULPGC.



Prof. Dr. Don Carmelo J. León González, Catedrático de Economía Aplicada, Director del Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible Tides de la ULPGC.

Además, el Instituto TiDES sigue liderando y participando como socio en proyectos de investigación avanzados y de transferencia a la sociedad en los ámbitos del turismo y la sostenibilidad, con un compromiso permanente para la cooperación con la sociedad canaria y con los países menos avanzados; este compromiso ha sido reconocido con el otorgamiento de la Cátedra UNESCO de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible en el año 2020, con un plan estratégico de trabajo para los próximos años, que incluye la celebración en 2021 del Primer Encuentro de Cátedras UNESCO de Turismo y Sostenibilidad, así como la cooperación con los programas MaB de Reservas de la Biosfera y World Heritage Program de UNESCO.

Pero el afán y el entusiasmo despertado por el Instituto TiDES en esta década no decrecen por los hitos alcanzados, sino que se acrecientan cada día con el esfuerzo y el compromiso de los compañeros y las compañeras que constituyen el capital humano y social valedor del trabajo de excelencia desempeñado. De este modo, resultan de alto calado los retos que se plantean en el contexto de la crisis de la COVID-19, y ante los cuales el Instituto TiDES está poniendo todos los recursos de investigación a su alcance para ayudar a conducir el devenir turístico por la senda de la sostenibilidad, y salir cuanto antes de esta situación de atonía turística. Por todo ello, quiero terminar haciendo un reconocimiento, y manifestando mi profundo agradecimiento, a todos los compañeros y las compañeras del Instituto TiDES, por todo el esfuerzo desplegado en esta década en aras de la excelencia académica y científica, así como por afianzar y desvelar en todo momento unos valores humanos, sociales e innovadores, que les han llevado a conseguir niveles de relevancia científica con los que presentar un mejor servicio a la sociedad.

ACTUALIDAD

El turista de vivienda vacacional gasta más en Canarias

El TIDES elabora un informe a petición de la Asociación Canaria del Alquiler Vacacional (Ascav) que analiza el peso actual de las viviendas vacacionales en la planta alojativa de Canarias y su impacto en el precio del alquiler residencial.

El turista que se aloja en viviendas vacacionales de Canarias realiza estancias más largas (unos 12,37 días de media) y tiene un mayor interés por descubrir el destino, generando, por ende, un mayor gasto en los comercios del entorno en el que se hospeda durante su estancia. Esta es una de las principales conclusiones del Informe denominado 'Análisis del impacto de la vivienda vacacional en el precio del alquiler residencial en las Islas Canarias', elaborado por el Instituto de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible de la ULPGC, en colaboración con la Asociación Canaria del Alquiler Vacacional (Ascav).

El informe del TIDES subraya, a su vez, que la irrupción de este tipo de alojamientos en el Archipiélago ha tenido lugar, "en muchos casos", en localidades con escasa oferta turística y donde el turismo no es la principal actividad económica. "En este sentido, la oferta de viviendas vacacionales ha surgido como elemento dinamizador de núcleos no turísticos, promoviendo la descentralización de la oferta alojativa", concluye.

Con respecto al posible impacto negativo de las viviendas vacacionales sobre la subida de precios en aquellas de alquiler residencial, los expertos del TIDES concluyen que estas son "un factor más" entre otros muchos elementos a tener en cuenta. Así, entre otros argumentos, exponen el que comentó la Comisión Nacional

del Mercado de la Competencia, que concluyó en su estudio sobre la regulación de las viviendas de uso turístico en España que "no existe evidencia de una relación directa y exclusiva entre la oferta de viviendas turísticas y el precio de las viviendas". El TIDES incide en que, si bien es uno de los factores explicativos, "no es el único y determinante". El documento sostiene, además, que esta modalidad "resta incertidumbre" a propietarios de casas



residenciales que ven en las viviendas vacacionales "la opción ideal para aumentar sus garantías y obtener un mayor retorno de la inversión". Subraya, a su vez, que "satisface a un segmento de demanda desabastecido, que busca una mayor flexibilidad, independencia y autenticidad".

"Las viviendas vacacionales surgen como un elemento dinamizador en municipios no turísticos, promoviendo la descentralización de la oferta alojativa en Canarias"

Los investigadores del TIDES también destacan en las conclusiones del Informe la escasa información oficial sobre el fenómeno turístico del alquiler vacacional, lo que supone un gran escollo para continuar desarrollando investigaciones en este ámbito. Recomiendan el desarrollo de bases de datos oficiales acerca del alquiler vacacional y su integración en los institutos de estadística nacionales y regionales, con el fin de cuantificar el número de viviendas, analizar la evolución de los precios y conocer las características de la demanda.

La oferta y precios, por islas

Tenerife es la isla con mayor oferta de alquiler turístico, con 15.193 viviendas y 63.944 camas. Le siguen Gran Canaria, con 10.046 casas vacacionales y 40.978 camas y, ya de lejos, Lanzarote. La isla conejera contaba el pasado ejercicio con 5.211 viviendas activas en este segmento, una cifra muy inferior a los dos casos anteriores. Fuerteventura, La Palma, La Gomera y El Hierro cierran el ranking con 4.853; 2.284; 1.006 y 488 camas, respectivamente.

El precio medio por vivienda y noche en Canarias es de 80,2 euros, un importe 24,39 euros inferior al que marca Lanzarote, la isla más cara en este aspecto habida cuenta de que dispone de una menor oferta que Tenerife o Gran Canaria, donde el coste por jornada es de 78,64 y 83,26 euros. En Fuerteventura el precio es de 70,23 euros; en La Palma de 61,9 euros; en La Gomera de 58,78 euros y en El Hierro de 45,85%.

OTRAS NOTICIAS DE ACTUALIDAD

El TIDES estrena nueva plataforma web

El Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico y Sostenible (TIDES) de la ULPGC inaugura este año 2020 una nueva versión de su portal web con el objetivo de acercar su actividad, proyectos de investigación y formación a un amplio abanico de público.

De este modo, el TIDES se quiere posicionar como uno de los institutos de investigación de Canarias con mayor presencia en las redes, ofreciendo una versión web más accesible, con un diseño más amigable y con mayor contenido de interés y destacado en su portada.

La nueva web del TIDES ofrece una mejor experiencia de navegación al usuario y le brinda nuevas herramientas de comunicación y consulta sobre los distintos equipos de investigación que componen este centro de investigación científica en turismo, uno de los más importantes de Europa.

La nueva web se caracteriza por disponer de una estructura de contenidos y navegación más intuitiva y por la incorporación de nuevos buscadores de noticias, para facilitar un acceso más ágil y rápido. Además, incluye una sección que incorpora nuevo contenido multimedia, acercando la investigación y las reflexiones de los expertos en turismo de la ULPGC a la sociedad.



Presentación del Anuario de la Formación Turística de América Latina y España

En enero de 2020 se presentó, en el marco de la Jornada Técnica de Investigación AECIT - FITUR 2020, el avance del Anuario de la Oferta de Formación Turística de América Latina y España del periodo 2015-2020. La presentación estuvo a cargo del profesor Daniel Celis Sosa, perteneciente al TIDES y Presidente del Colegio Oficial de Profesionales en Turismo de Canarias (COPTURISMO).

El Anuario es una continuación del trabajo realizado y galardonado con el Premio FITUR – Tribuna Jorge Vila Fradera 2017 y ha sido posible gracias al apoyo de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y del Swiss Education Group Professional, del que también el Dr. Celis es uno de los dos primeros profesores de habla hispana acreditados por la compañía que gestiona y dirige los Hoteles Escuela y otros centros de formación turística en Suiza.

La ULPGC escucha al sector turístico en Tourinews

El portal especializado en Turismo Tourinews reunió en julio a expertos turísticos y a los representantes de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria para analizar el perfil profesional que requiere el turismo en Canarias. Entre otros aspectos se abordó el perfil de profesional demandan las principales empresas del sector turístico y, en ese sentido, se reflexionó sobre si las universidades y sus programas de Grado de Turismo atienden a esta industria.



Por parte de la ULPGC participaron en este encuentro el Rector, Rafael Robaina; el decano de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Juan Manuel Benítez; y el investigador del Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (TIDES), Sergio Moreno.

Link de enlace:

https://www.tourinews.es/eventos/universidad-palmas-gran-canaria-escucha-sector-turistico_4461018_102.html

OTRAS NOTICIAS DE ACTUALIDAD

El Director del TIDES, en el Foro 'Nueva Economía, Nueva Empresa'

El Director del TIDES, el profesor e investigador de la ULPGC Carmelo León, participó en el mes de septiembre en un nuevo Foro de Debate organizado conjuntamente por la Fundación CajaCanarias y la Fundación La Caixa, denominado 'Nueva economía, Nueva Empresa', y cuyo objetivo fue reflexionar sobre el impacto de la crisis sanitaria en el empleo, la economía y el turismo en Canarias.

Carmelo León, catedrático de Economía Aplicada de la ULPGC, aportó su visión experta sobre el mercado turístico de Canarias y el efecto de la pandemia en este sector. Ha resaltado la importancia de reconstruir este ámbito sobre el capital social y sobre la responsabilidad social en las decisiones colectivas, para que, de manera voluntaria, la sociedad asumiera una responsabilidad que evitara una segunda ola en la crisis sanitaria.

Sergio Moreno, experto seleccionado para la European Tourism Convention

El investigador del TIDES y de la Cátedra UNESCO de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible de la ULPGC (ULPGC), el Dr. Sergio Moreno Gil, fue seleccionado como experto por la Comisión Europea para participar en la European Tourism Convention, celebrado en octubre.

El evento, que se celebró de modalidad online, abordó la recuperación turística europea tras la Covid-19 y las orientaciones estratégicas para la agenda europea en turismo. El profesor Moreno participó concretamente en el workshop que abordó el 'Turismo impulsado por datos'.

En esta convención también estuvieron presentes los principales representantes de las instituciones europeas, representantes de alto nivel de autoridades públicas nacionales y regionales, representantes de asociaciones sectoriales europeas y de la industria del turismo, organizaciones internacionales, expertos y universidades, ONGs y otros agentes.

Acceder a la convención:
<http://www.tourism-convention.eu>



El TIDES firma un convenio de colaboración con el Instituto de Desarrollo Regional de la ULL

El TIDES firmó en enero de 2020 un convenio marco de colaboración con el Instituto Universitario de Desarrollo Regional de la Universidad de La Laguna, tras haberse identificado varias áreas de interés común y varias colaboraciones puntuales entre investigadores de ambas universidades canarias.

En varias visitas organizadas previamente por representantes de ambos institutos de investigación se propusieron y discutieron las acciones a llevar a cabo de manera conjunta y se expusieron las principales líneas de investigación y actuaciones concretas que desarrollan cada uno de los centros universitarios. De este modo, se han previsto la organización conjunta de congresos, seminarios y conferencias, el desarrollo de proyectos en cooperación o la realización de estancias de intercambio de investigadores de uno de los institutos en el otro para desarrollar investigaciones conjuntas.

La investigadora del TIDES Teresa Aguiar participa en la webinar Infecar Conecta

La investigadora y experta en turismo Teresa Aguiar estuvo presente en la webinar organizada en el Recinto Ferial de Canarias, el pasado mes de julio, bajo el título Infecar Conecta.

Aguiar, que actuó como representante del Instituto TIDES, abordó un estudio científico de varios investigadores del TIDES, que se realizó para analizar el contexto del sector turístico en Canarias, donde un 70% de los trabajadores dependen directa o indirectamente del turismo. Señaló que "desde que se tuvo conocimiento del primer caso, se inicia una investigación para ver cuál es el grado de afectación de los trabajadores del sector hotelero, mostrando una alta capacidad de resiliencia ante situaciones adversas como las que hemos vivido".



Este espacio de reflexión ha estado presidido por el Gerente del Patronato de Turismo de Gran Canaria, Pablo Llinares, al que acompañaron también Nicolás Villalobos, vocal de la Federación de Hostelería y Turismo de Las Palmas (FEHT), Mario Otero Andián, director de Aeropuertos del Grupo Canarias en Aena, y Cristina del Río Fresen, directora del proyecto Canarias Fortaleza.

Una Agenda de Investigación para el Turismo en la etapa post-COVID

España, además de ser uno de los destinos turísticos líderes en el mundo, genera un conocimiento científico en este sector económico con gran reconocimiento internacional. Así, en un documento conjunto y suscrito por los distintos centros de investigación turística de España, entre ellos el TIDES, los investigadores españoles aportan, desde la reflexión y confrontación de ideas, las posibles líneas de actuación e investigación en materia turística tras la pandemia.

La crisis sanitaria derivada de la COVID-19 genera unos desafíos múltiples a la sociedad en un periodo de transición donde la tecnología es posible que adquiera más peso y donde se podría apostar por un cambio en el modelo productivo con fuertes derivadas sociales y ambientales.

Esta es una de las principales reflexiones de la Agenda de Investigación para el Turismo en la etapa post-COVID, un informe elaborado conjuntamente por los centros de investigación turísticos españoles en el mes de junio de 2020 y en el que también participa el TIDES de la ULPGC.

“El principal objetivo es dar respuesta a la sociedad frente a la crisis de la COVID, mostrando los avances en el conocimiento y ordenando los temas de investigación más urgentes, de una manera creativa y responsable, sin perder la altura de miras, con un horizonte temporal a distintos plazos”

El documento consta de cuatro partes, y la primera de ellas versa sobre el contexto geopolítico de la crisis, nada ajeno al turismo al influir en los flujos mundiales y en el nivel de interconexión económica, jamás visto en la historia de la Humanidad. La segunda parte analiza las variables de las que dependerían los efectos de la crisis en España y sus efectos futuros en el turismo. En tercer lugar, se presentan las propuestas realizadas para mitigar el impacto sobre la movilidad y la hostelería, y, a su vez, se enumeran las medidas sectoriales y transversales que han anunciado los distintos gobiernos, el central, autonómico y local. Se concluye con una agenda de investigación, con los temas a incorporar para dar respuesta a las necesidades de destinos, empresas y colectivos sociales, que es el objetivo de este informe.



Los investigadores coinciden en manifestar que el turismo ha padecido innumerables crisis (terrorismo, inestabilidad política, recesiones económicas, desastres naturales...) pero en la actualidad estamos en un escenario sin precedentes; aunque con situaciones similares de las que se tiene conocimiento científico. En este contexto destaca la lucha por la hegemonía del liderato mundial, con una basculación de América del Norte hacia Asia y, aunque parezca paradójico, donde conviven unas políticas conservadoras nacionales con las políticas liberales.

La crisis actual afecta a las bases del sistema turístico al incidir directamente en el movimiento de personas y su aglomeración en los espacios más utilizados por los turistas. Sin una vacuna, no sabemos cuándo cambiarán estas circunstancias, pero sí conocemos las dos variables que influirían para la recuperación: la aversión al riesgo de la sociedad y la capacidad de compra.

En el análisis de la situación en España el informe destaca la importancia socioeconómica del turismo (13% PIB, 14% empleo) y las consecuencias dramáticas en el empleo y en la viabilidad de las empresas turísticas. Las expectativas negativas se agravan dada la incertidumbre de la vuelta a la normalidad. A ello se une que las previsiones a finales de abril no son halagüeñas (caída del PIB del 10%, recuperación en forma de raíz cuadrada, desempleo hasta el 19% en 2020, etc.).

VARIABLES PARA DEFINIR LOS ESCENARIOS DE IMPACTO

Las variables de las que dependerían los impactos en el turismo en España se sintetizan en:

1. La gestión de la crisis sanitaria en los destinos
2. La gestión de la crisis sanitaria en los mercados de origen
3. Los posibles rebrotes de la pandemia
4. Las políticas públicas de estímulo fiscal y laboral, tanto en destino como en origen
5. Las medidas de gestión de los procesos productivos en la transición a la situación pre-crisis
6. La duración de los periodos de inactividad y de actividad limitada
7. La reacción de la demanda en los mercados de origen
8. La composición de los productos y segmentos de la oferta en destino
9. Las medidas de transición y adaptación en destino
10. La evolución de la pandemia a nivel global
11. El éxito en la investigación

El análisis de estas variables permitiría definir los escenarios de impactos de la pandemia en la actividad turística.

INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN

ESPECIAL COVID

Entre las posibilidades futuras puede que se abra el camino hacia una reformas del turismo (prioridades para viajar, nuevos modelos de consumo...), un cambio del modelo. La clave está en la respuesta política, si tenderá hacia una mayor relación calidad/cantidad, hacia la disminución de la huella medioambiental de la movilidad a gran escala, etc.

Las medidas recopiladas en el Informe están dirigidas a las empresas turísticas y los destinos (transporte, movilidad, seguridad en los alojamientos, equipamientos y destinos...) y por tipos de administración (central, regional y local), donde el objetivo es proteger al sector turístico. Sin embargo, aun es pronto para evaluar con rigor el acierto o no de dichas medidas. Lo que si es posible es delimitar crear una agenda de investigación científica aplicada al turismo y los destinos con el fin de responder ante esta crisis y en el futuro ser más eficaces frente a otras eventualidades.

INVESTIGACIÓN A CORTO, MEDIO Y LARGO PLAZO

Es fundamental que las temáticas de investigación sobre la gestión de crisis y de desastres en general, y la del COVID19 en particular, tengan múltiples implicaciones y puedan formularse en el corto, medio y largo plazo. Aquí señalamos algunas.

 **A corto plazo:**

- ¿Qué IMPACTO ha tenido el COVID19 y sus efectos en la movilidad en los modelos de negocio y competitividad de los destinos, de sus productos y de sus empresas?
- ¿Qué efectos ha tenido sobre los nuevos modelos de comercialización del destino basados en plataformas digitales?
- Se puede prever que la afectación del COVID19 implicará empresas y destinos que deberán plantear intentos de recuperación más allá del 'business as usual' del periodo anterior ¿Hacia dónde transitarán?
- ¿Cómo afectará el distanciamiento físico a los modelos de negocio y al uso público del espacio?
- ¿Cuáles son los efectos sobre la actividad y su papel en la dinámica económica, urbana, social y ambiental? Se puede resolver volviendo a la situación anterior lo más rápido posible o sacar partido de la circunstancia para hacer los cambios en consonancia con las nuevas tendencias.

 **A medio plazo:**

- ¿Cuántos podrán viajar y en qué condiciones en una nueva movilidad post-COVID-19? ¿Cómo afectará ello al futuro de la industria, de la actividad y de sus efectos?
- ¿Qué impactos puede tener para la actividad cuestiones como la situación socioeconómica (algunos mercados más resilientes que otros), o los cambios culturales en relación al viaje, o los cambios en la industria (ej. dificultad operadores low-cost), o las regulaciones y reorganizaciones institucionales (fronteras, visados, etc.)?
- ¿Hasta qué punto son plausibles, posibles y efectivas las anunciadas dinámicas de reorientación de los destinos hacia los mercados nacionales y de proximidad? ¿Incidirán en la redefinición de lo turístico y en la identificación de nuevas necesidades de gestión? ¿Cómo afectará a los destinos con menor accesibilidad no aérea?

 **A largo plazo:**

- ¿Hay oportunidades para repensar la 'smart destination'?
- ¿Qué nuevos actores, modelos de negocio, sinergias entre turismo y otros sectores económicos pueden entrar en juego para contribuir a una transición de ciudades con modelos más resilientes a 'shocks' como el COVID19?
- Si se transformaran los modelos de negocio y de destino con menor cantidad simultánea de actividad y mayor valor generado ¿qué dimensiones del espacio urbano/rural/natural y de los recursos económicos del destino deberían ser objeto de revisión en el ámbito de la política pública (planificación y gestión) y de la gobernanza? ¿Qué papel puede tener en este contexto la economía social y solidaria?
- ¿Tiene la pandemia implicaciones sobre la concepción del turismo como instrumento para el desarrollo sostenible? ¿y en su contribución a los objetivos del milenio?
- ¿Qué renovado papel tendrá la sanidad y la seguridad en el futuro de la industria turística? ¿Qué otras intersecciones desde la perspectiva de la geopolítica global, la seguridad alimentaria y de las garantías sanitarias se pueden establecer entre turismo y salud?

El 2020 ha sido un año aciago. Una devastadora pandemia ha originado una crisis sin precedentes que ha afectado de manera brutal a la economía mundial, y a Canarias especialmente. Nuestro principal motor, el turismo, ha paralizado su actividad casi en su totalidad durante varios meses, lo que ha supuesto que el Archipiélago ha perdido la friolera de 45 millones de euros al día, o lo que es lo mismo, salarios, rentas e impuestos que se han dejado de percibir.

ARTÍCULO DE OPINIÓN

Evaluación de las políticas turísticas y de salud

Carmelo León

Coordinador del Grupo ECOMAS

El estudio del valor económico de la salud ha sido un área de investigación a la que se han realizado contribuciones importantes en el seno del TiDES, que pueden servir para orientar las decisiones públicas para afrontar los efectos negativos de la COVID-19. En el año 2002 los profesores Jorge Araña y Carmelo León, pertenecientes al grupo ECOMAS, publicaron un artículo en la revista Health Economics, en el que estimaron el **valor económico de una vacuna para combatir el efecto negativo en la salud de una epidemia de una enfermedad respiratoria**, como la gripe A, el SARS o la COVID-19. Los autores encontraron que el valor económico de la vacuna aumenta considerablemente con el riesgo de contraer la enfermedad respiratoria, observándose un cierto comportamiento altruista de los individuos con otros grupos de la población de elevados niveles de riesgo. El valor económico de la vacuna oscila entre los 15 y los 36 euros dependiendo de su efectividad para reducir el riesgo de contagio en la población.

En estos momentos, ante la emergencia de la COVID-19, se está llevando a cabo un proyecto para el Patronato de Turismo del Cabildo de Gran Canaria, consistente en analizar la experiencia de las crisis sistémicas en otros destinos turísticos, así como en realizar una evaluación de las políticas turísticas y salud que se han llevado a cabo para enfrentar los efectos de la COVID-19 en esos destinos. Los resultados de estas investigaciones están revelando que existe una alta disparidad de evidencias entre los destinos, y que la capacidad de resiliencia de los mismos depende de su grado de capital social para implementar políticas de comportamiento responsable de la ciudadanía, que consigan reducir el riesgo de contagio entre la población residente y los turistas o visitantes. Resulta absolutamente necesario apostar por la seguridad sanitaria del destino, y todos los esfuerzos y políticas deben dirigirse en este sentido. Así mismo, el TiDES está colaborando en el Patronato de Turismo del Cabildo de Gran Canaria para la creación de un Centro de Innovación

Los investigadores de TiDES han abordado en varios proyectos de investigación e iniciativas sociales, y desde distintas perspectivas, esta crisis sanitaria y sus consecuencias en el sector turístico local y mundial. Les une el reto de conseguir que la investigación forme parte de la 'vacuna' contra la COVID_19.

y de Turismo Sostenible de Gran Canaria, que servirá de marco de referencia para al gestión de la información turística, proveyendo a todos los agentes del sector de la necesaria reflexión que permita tomar las decisiones de gestión óptimas y eficientes en el devenir turístico, partiendo de la superación de la situación de crisis generada por la COVID-19.

Impacto del cambio climático y la emergencia de la COVID-19

Por otra parte, investigadores e investigadoras del TiDES están llevado a cabo un análisis exhaustivo de los impactos del cambio climático en el turismo en Canarias y en otras islas de Europa, ejerciendo de líder en proyecto de Horizonte 2020 sobre esta materia. En el marco de este proyecto se han estudiado las percepciones de los turistas sobre el riesgo para la salud ocasionado por el cambio climático, y cómo estas percepciones han cambiado con la emergencia de la COVID-19. Los resultados muestran que la COVID-19 ha incrementado significativamente la aversión al riesgo salud de los turistas potenciales a los destinos turísticos, lo cual conduce a la necesidad de implementar políticas que presten una mayor atención a la reducción de los riesgos para la salud en la era post-COVID-19.



ARTÍCULO DE OPINIÓN

Nuevas Amenazas/Nuevos Escenarios

Jin Taira**Coordinador del grupo URSCAPES**

Vivimos en un binomio espacio-tiempo en obstinada [re]definición. Inexorable intervalo sujeto a un gradiente de transformación variable. Unas veces, de sensación relativamente ralentizada, y otras de aceleración desbocada. Esta estructura reguladora, a través de la cual intentamos construir un marco vital de normalidad aparente, es en ocasiones conmocionada por fenomenologías que pueden trastornar nuestro escenario de futuro previsto y obligarnos a tomar nuevas decisiones para prevalecer, ya sea como persona física o jurídica.

Sumidos en la nueva era conocida como Antropoceno, entendida como un periodo diferenciado geológicamente o una metáfora sobre el impacto de la actividad industrial generada por el ser humano desde mediados del siglo XVIII, nos enfrentamos actualmente a la silente amenaza global del cambio climático y sus consecuencias, que han puesto en riesgo los sistemas físicos (deshielo de los casquetes polares y glaciares, inundaciones de ríos o sequías, subida del nivel del mar, erosión costera, etc.); los biológicos (pérdida de ecosistemas terrestres, marinos y vida salvaje); y los humanos (producción alimentaria, salud, economía, social, etc). Lejos de mantenerse o reducirse esta trayectoria de deterioro ambiental globalizada, todos los parámetros se han visto acentuados en la llamada "gran aceleración" originada a finales de la Segunda Guerra Mundial (crecimiento económico, aumento demográfico concentrado en contextos urbanos, la demanda creciente de energía y agua, el consumo irrefrenable de bienes, aumento de los medios de transporte, dependencia de las telecomunicaciones, o el turismo internacional entre otros).

Como industria de servicios, podemos considerar que el turismo es un sistema que afecta transversalmente al resto de los sectores económicos, ya sea de manera directa o indirecta. Máxime en los llamados pequeños estados insulares (PEI) como las Islas Canarias. Una afección recíproca vinculada a los condicionantes socioeconómicos y medio ambientales locales que deberían traer como consecuencia la diferenciación de su oferta específica. Sin embargo la globalización imperante de las últimas décadas nos había conducido a la homogeneización de fórmulas de modelos turísticos que podían verse replicadas en cualquier parte del mundo. Siempre orientados por los resultados indicadores de las encuestas de satisfacción, los tour operadores y las cadenas hoteleras incidieron en apostar por productos de éxito garantizado que condujeron a la banalización del paisaje turístico y/o el irrecuperable deterioro medio ambiental, ignorando de esta manera el contexto social y cultural en el que se insertaban.

El crecimiento del turismo internacional había alcanzado en 2019 la cifra de llegadas de 1.500 millones (UNWTO). Un aumento de sesenta veces aproximadamente en relación a 1950. Ese

incremento se vio espoleado por el impacto de las nuevas fórmulas disruptivas de autogestión-web en la oferta turística a finales de la década pasada, las cuales ya forman parte de nuestro presente en la llamada cuarta revolución industrial (Schwab, 2016). Plataformas de gestión de escala global, que permiten eliminar parcialmente el rol de los intermediarios en las transacciones de intereses y reducir sensiblemente sus costos. Este nuevo escenario, nos ha conducido a la dispersión del modelo turístico, difuminando la zonificación urbana hasta extremos indeseables como los producidos en la ciudad de Barcelona.

“El esfuerzo del grupo URSCAPES descansa en el desarrollo de propuestas de nuevas metodologías y herramientas, para analizar nuevos modelos de planificación y diseño en el campo de la urbanística en general y del turismo en particular”

A comienzos de año 2020, la pandemia ha impactado a la industria turística, ya de por sí un sector frágil, al estar sujeto al constante vaivén de amenazas y oportunidades. El esfuerzo del grupo de investigación URSCAPES descansa en el desarrollo de nuevas propuestas que puedan dar respuesta al desarrollo de nuevas metodologías y herramientas, para analizar y por tanto sintetizar nuevos modelos de planificación y diseño en el campo de la urbanística en general y del turismo en particular, en una estrategia vinculada a su integración ecosistémica sin olvidar la amenaza del cambio climático, en políticas sostenibles y resilientes, destinadas a nuestro contexto local insular y su vinculación global.



TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

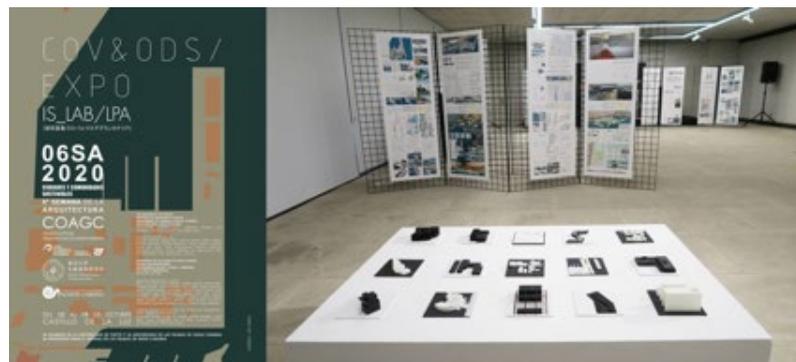
Soluciones urbanísticas al cambio climático y para la sociedad post-coronavirus

El grupo de investigación reconocido URSCAPES del TIDES nace en 2012 dirigido por el Dr. Vicente Mirallave que consolida un proceso iniciado en 2003 dedicado a la elaboración de proyectos competitivos europeos de ecourbanismo en el África noroccidental. Desde entonces ha seguido una sólida trayectoria investigadora, como lo atestigua el desarrollo de modelos de respuesta de planeamiento territorial, ambiental, paisajístico, urbano, y arquitectónico sostenibles, con impacto no sólo teórico, sino práctico a través de líneas de investigación asociadas a la conservación y protección del medio ambiente, la mejora sostenible, el impulso de la ciudad verde y los corredores ecológicos, la gestión de riesgos y la cooperación internacional con la ejecución real de proyectos y prototipos in situ, en colaboración con instituciones como el ITC, Cruz Roja, agencias gubernamentales o socios locales.

Por tanto, los principales proyectos y líneas de investigación del grupo que se vinculan actualmente a la COVID-Turismo son el resultado de una sólida trayectoria del grupo de investigación, coherente con las necesidades y emergencias globales que afectan de manera directa o indirecta en el contexto insular.

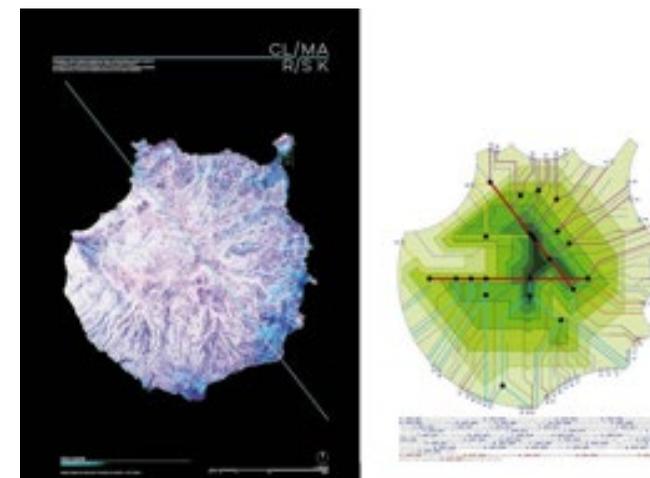
IS_LAB. Islas como Laboratorios del Antropoceno

En el año 2017, la Dra. Flora Pescador, dirige e inaugura la línea de investigación IS_LAB (Islas como Laboratorios del Antropoceno) con el argumento de fondo del cambio climático. En esta línea de investigación colaboran los profesores Dr. Vicente Mirallave y Dr. Jin Taira. Dentro de la misma línea de investigación, surge la ramificación IS_LAB/TKO, que tiene como finalidad el intercambio académico-investigador con universidades japonesas (The University of Tokyo y la Tokyo University of Science) y la universidad de la ULPGC. Los proyectos desarrollados en el marco del cambio climático o el reciente impacto de la pandemia, han dado lugar hasta ahora a tres exposiciones con catálogo en la Embajada de España en Tokio (2019), Castillo de la Luz (2019) y Castillo de la Luz (2020). En esta última, bajo el título COV&ODS, reflejando el impacto de la Covid-19 en nuestras vidas en relación a los 17 Objetivos



de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, los estudiantes aportan soluciones al cambio climático y a la sociedad post-coronavirus en la zona del Arsenal en el Puerto de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria. En la misma se recogen proyectos realizados y dirigidos por los profesores Flora Pescador y Vicente Mirallave.

Flora Pescador como investigadora principal dirige el proyecto **“Estrategias y Soluciones Tecnológicas para la Adaptación al Cambio Climático y la Prevención y Gestión de Riesgos en países de la Gran Vecindad”, CLIMA-RISK** (con código MAC/3.5b/112), del programa europeo INTERREG-MAC 2014-2020. En este trabajo se recogen, entre otras colaboraciones pertenecientes a otras líneas de investigación, la investigación desarrollada por los profesores que componen la línea de investigación IS_LAB, haciendo un trabajo extenso de investigación sobre algunas islas del África occidental, aplicando medidas de adaptación y mitigación al cambio climático en tiempos de la Covid-19 que ha supuesto un enorme cambio de paradigma con grandes repercusiones de esta emergencia en relación con el medio ambiente y el clima con el urbanismo



en general y en la planificación urbana y que conlleva indefectiblemente a modificaciones sustanciales en el espacio urbano y turístico. El cambio climático y la globalización favorece la aparición de epidemias o como en este caso de pandemia. Hoy más que nunca se debe integrar de forma transversal la salud y los entornos saludables como un eje de pensamiento que debe atravesar el diseño del hábitat, de las ciudades, de las urbanizaciones turísticas y de las poblaciones. Este proyecto ha recibido el premio Iberdrola, como la Mejor Práctica de Cooperación Energética Internacional.

Durante el periodo de la pandemia, los profesores del grupo URSCAPES Flora Pescador, Vicente Mirallave y Jin Taira formaron parte de un grupo multidisciplinar junto a la profesora Germaine Sanders (Delf University), el arquitecto Robin Houterman (Holanda), la Dra. Ana Mirallave (Londres) y la editora Guadalupe Martín. El grupo reflexionó durante el confinamiento de la primera ola en el impacto de la covid-19 en el ámbito territorial-urbano y arquitectónico. El resultado de este intercambio de ideas apoyado en la aplicación Whatsapp fue presentado al Concurso de Ideas “Arquitectura para el día después” (2020) en la sección de un Nuevo Paradigma Residencial, organizado por ASEMAS, resultando semifinalista.



ARTÍCULO DE OPINIÓN

La COVID-19 y el transporte aéreo

Juan Carlos Martín y Concepción Román
Miembros del Grupo ITyT

El inicio de la pandemia declarado por la Organización Mundial de la Salud el día 11 de marzo ha supuesto un cambio drástico en el transporte aéreo a nivel mundial. Desde este momento, hemos participado en diferentes publicaciones que abordan los efectos de la pandemia en el transporte público de viajeros (Martín & Suárez, 2020). Se puede consultar un resumen que explica el contenido del artículo en <https://www.facebook.com/ULPGC/videos/613654832586791>.

Cualquier usuario de transporte público ha tenido la oportunidad de experimentar lo que se comenta en el artículo. Además, se han publicado dos capítulos de libro que contienen reflexiones sobre los efectos de la pandemia en el transporte aéreo (Martín, 2020; Díaz de Aguilar, Martín, Pérez, & Van de Walle, 2020). Han pasado más de cuatro meses desde que se publicó el libro por iniciativa de nuestros colegas en la Universidad de La Laguna, por lo que nos gustaría incidir en los cambios que se vislumbran con las noticias esperanzadoras de las vacunas.

Durante el mes de octubre de 2020, el tráfico en los aeropuertos europeos descendió un 76%, lo que significa que más de 167 millones de pasajeros han dejado de utilizar las instalaciones. En España, la situación ha sido muy similar ya que según el último informe de Eurocontrol los aeropuertos españoles desde el 1 de marzo hasta finales de octubre del presente año han perdido el 72% de los vuelos y el 83% de los pasajeros (150 millones). Los aeropuertos y las aerolíneas europeas han sido muy críticos con la actuación de los gobiernos nacionales y de la Unión Europea (UE). En realidad, la situación económica de aeropuertos y aerolíneas es tan crítica que no es difícil aventurar que algunos operadores van a ser nacionalizados o rescatados por parte del Estado.

“El único consuelo que podemos tener es que gracias a la pandemia estamos teniendo un estilo de vida más sostenible en lo que respecta al uso del avión como modo de transporte”

Algunas voces críticas que compartimos han puesto el énfasis en que se deberían haber adoptado medidas a nivel de la UE, y que la situación de la pandemia se debería haber centralizado bajo la dirección de un único grupo de expertos. La forma descoordinada de abordar la pandemia por los distintos estados miembros y las diferentes regiones ha demostrado ser equivocada. Por parte de los grupos de opinión de los aeropuertos, las aerolíneas y la industria turística se ha venido

reclamando una actuación más proactiva para controlar la pandemia mediante test rápidos de antígenos que se pudieran realizar en los aeropuertos de origen. Desafortunadamente, los estados con sus respectivos 27 ministros de salud pública no han sido receptivos a dichas propuestas.

El único consuelo que podemos tener es que gracias a la pandemia estamos teniendo un estilo de vida más sostenible en lo que respecta al uso del avión como modo de transporte. Al final, la COVID-19 ha sido la gran aliada de los movimientos que existen en el mundo para enfatizar que debemos volar menos si queremos conservar el planeta. Desde la academia, existen investigaciones que demuestran que nuestro estilo de vida está muy asociado a volar más que la media de los ciudadanos. En la actualidad, cada uno de nosotros ha participado en reuniones online donde ha sido posible tener delegados de diferentes continentes, y la reunión ha sido posible. Sin embargo, existen actividades donde la interacción personal se hace necesaria.

Es cierto que la tecnología ha permitido que participemos en más eventos internacionales que en el pasado ya que no tenemos la necesidad de desplazarnos. De hecho, tuvimos la ocasión de participar en la última asamblea anual de ACI Europa que se celebró el 17 de noviembre online a causa de la pandemia. En la asamblea, Michael O’Leary, director ejecutivo de Ryanair fue claro: “sólo hay una salida a esta crisis”. La demanda se recuperará razonablemente rápido, al menos en viajes cortos. De esta forma, contradice a los que sostienen que volver a los niveles de 2019 costará al menos 5 años. Él defiende que los volúmenes de tráfico volverán a los niveles previos al coronavirus para el verano de 2022, especialmente si hay vacunas y si los aeropuertos son “progresivos”. La medida se debe realizar vía precios ya que la demanda va a ser más sensible por la situación existente. A diferencia del tráfico, “los precios tardarán más en recuperarse”, y entonces sí será necesario esperar un mayor número de años para volver a los niveles anteriores a la pandemia. El tráfico volverá rápidamente y los aeropuertos y gobiernos tienen un papel que desempeñar en esto mediante el descuento y la liberación de los slots.

Las reflexiones de O’Leary ponen de manifiesto lo importante que será que el Gobierno de Canarias tenga una mayor influencia en la política que los aeropuertos canarios puedan aplicar. Los episodios vividos con la petición de la realización de los test en los aeropuertos de origen y las políticas de salud pública de las cuarentenas son solo un ejemplo de la falta de medidas proactivas que favorezcan la recuperación económica.



ARTÍCULO DE OPINIÓN

Canarias en la era post covid

Zoilo Alemán

Director de MICE del Grupo Lopesan y miembro del Grupo ITyT

El turismo es una actividad estratégica para el desarrollo económico y social de Canarias. Es el principal motor de la economía y los resultados obtenidos en los últimos 7 años lo demuestran. Este éxito obtenido en gran medida por los problemas surgidos en el mediterráneo, y que en parte supimos aprovechar trabajando de forma conjunta con entidades públicas y privadas, marcó el gran auge de la industria antes de la era covid. El año 2017 estuvo marcado por resultados históricos para el turismo en Canarias. Cifras que prácticamente se han mantenido hasta el 2019 donde nos confirman que el turismo es la mayor actividad de exportación de las islas. Estos datos, que forma parte de la historia del turismo de Canarias, constituyen un objetivo o guía para la reconversión de la industria turística de Canarias en el periodo en el que nos adentramos, la era post covid.

Los acontecimientos actuales, marcados por la pandemia, dan inicio a una nueva era para Europa, prácticamente para todos los destinos turísticos, y en especial para los destinos aislados, como el Archipiélago Canario, que depende al 100% de la conectividad aérea. Esta situación tan excepcional con respecto a otros destinos, nos lleva a reinventarnos y pensar en nuestro futuro inmediato. El turismo es fundamental y necesario para el desarrollo del empleo y el crecimiento de la riqueza del archipiélago. El principal objetivo de Canarias en estos momentos es promover el turismo como factor de cohesión social.

“Es el momento de que los establecimientos hoteleros sean dinámicos, vivos y transversales, con varios segmentos y sub-segmentos bien diferenciados por las singularidades de cada territorio”

La reinención del destino nos lleva a pensar en una gran estrategia para las Islas Canarias, que podríamos denominar “la segmentación canariense”. Estas estrategias bien definidas según cada segmentación deben ser permanentes en el corto plazo con una duración superior a los mandatos políticos para que penetren constantemente en la industria turística, y, a la vez flexibles en el largo plazo para adaptarnos a la nueva demanda turística que está por venir. Cada segmentación debe

contemplar múltiples estrategias, las cuales deberán estar basadas en las peculiaridades de cada isla y en la correlación de sus productos entre islas, como oxígeno constante para la industria turística. Canarias debe aprovechar la pandemia como una oportunidad para convertirse en el gran parque de atracciones donde disfrutar de las vacaciones realizando actividades.

Estas segmentaciones deberían producir la especialización del sector hotelero, cambiando de esta forma el paisaje de gestión tradicional de la hostelería y convirtiéndolo en un sector especializado y adaptado a cada tipo de cliente según su actividad.

La industria turística en Canarias tras este parón necesita una mayor especialización de los establecimientos turísticos. Establecimientos listos para recibir a sectores tan dispares como equipos olímpicos, congresistas, familias deportivas, amantes de los fogones, etc.

Es el momento de que los establecimientos hoteleros sean dinámicos, vivos y transversales, con varios segmentos y sub-segmentos bien diferenciados por las singularidades de cada territorio. Por qué no crear hoteles en Lanzarote que se adapten a la cultura del vino, en Gran Canaria al deporte de montaña o al estudio de los cetáceos, en La Palma a la contemplación de las estrellas como destino Starlight y/o al paseo entre plataneras, y el Hierro como destino de volcanes marinos. Tenemos que conseguir que Canarias sea propulsora de grandes actividades que permitan el disfrute de segmentaciones exclusivas e individuales de cada isla, donde nuestros clientes puedan elegir y comparar entre ellas.



ARTÍCULO DE OPINIÓN

Razones para ser optimistas sobre el turismo post-COVID-19 en Canarias

Jacques Bulchand-Gidumal
Coordinador del Grupo de investigación EEDI

El efecto de la COVID-19 está siendo demoledor para casi todas las economías y regiones del mundo. Las regiones que, como Canarias, son insulares y altamente dependientes del turismo, están sufriendo especialmente la situación. A pesar de ello, hay algunas razones que permiten ser moderadamente optimistas.

Aunque es cierto que la actual crisis parece que va a ser más larga y más global que cualquiera de las que ha sufrido el sector turístico anteriormente, también hay que tener en cuenta que es una crisis que no ha causado daño físico a los destinos ni ha impactado en el interés y la intención de los visitantes. Por ello, en la medida en la que se pueda garantizar al turista una estancia sin contratiempos y siempre que la caída económica en los mercados de origen no sea tan grande como para convertirse en estructural, aún es posible pensar en una recuperación del turismo a niveles pre-COVID-19 en un periodo relativamente corto de tiempo.

Como destino turístico, en el aspecto de las fortalezas, y en base a lo que la ciencia nos dice a fecha de hoy sobre la COVID-19, Canarias dispone de dos de las mejores herramientas para hacer frente al virus: la posibilidad de mantener las ventanas abiertas y, por ello, los espacios bien ventilados y, sobre todo, la posibilidad de desarrollar las actividades al aire libre. Además, como destino insular, Canarias puede controlar la situación de todo el que entra en las islas, aparte de ser factible monitorizar la expansión de la enfermedad entre los residentes. Por último, en la actualidad Canarias cuenta con un índice acumulado de casos significativamente inferior al de la mayor parte de los países emisores de turistas.

Es cierto que Canarias tiene algunas debilidades. La primera es que es un destino solo accesible por avión y con vuelos de medio alcance. Aunque se ha constatado que el viaje en avión es seguro respecto a la COVID-19, no hay que olvidar que las percepciones en ocasiones pueden ser más importantes que la realidad científica. Muchos países y destinos turísticos están haciendo apuestas por el turismo local. Para Canarias, con una relación de turistas a residentes en rangos de 8 a 1 en los últimos años, parece claro que el turismo local no es suficiente. Otra debilidad es la dependencia

de dos grandes mercados emisores, Alemania y el Reino Unido, en los que el índice acumulado de casos está lejos del umbral que se considera recomendable para viajar.

Dos apuntes positivos adicionales. En primer lugar, la reivindicación de la ciencia y la investigación en la sociedad del siglo XXI. La rapidez con la que la comunidad científica mundial ha respondido a un reto como el actual ha sido muy notable. Cuando apareció la enfermedad las soluciones que se ofrecían eran, básicamente, las mismas que hace 100 o 200 años: distanciamiento físico y mascarilla. En menos de un año, la comunidad científica ha sido capaz de desarrollar distintas vacunas que ya están llegando a sus fases finales. Test rápidos y económicos, que podrían llegar a ofrecer resultados fiables en menos de 10 minutos a un coste inferior a un par de euros. Científicos desarrollando aplicaciones para móviles para la detección de asintomáticos tan solo mediante el sonido de la tos.

“Tras la pandemia han surgido turismos más sostenibles, más conectados con la economía local y complementarios con el turismo tradicional”

Por otro, la aparición y/o consolidación de nuevos tipos de turismo y de visitantes de gran interés para Canarias: nómadas digitales y teletrabajadores, entre otros. Turismos más sostenibles, más conectados con la economía local y complementarios con el turismo tradicional.

En resumen, Canarias como destino debe actuar en tres frentes. En primer lugar, en aguantar, manteniendo las infraestructuras en buen estado y aprovechar la situación actual para reformar y mejorar los problemas existentes por la vía de urgencia. En segundo lugar, en mantener vivo el deseo en el visitante. En tercer lugar, en diseñar y comunicar un plan claro que ofrezca las máximas garantías al turista, contemplando todos los posibles escenarios. Por ejemplo, qué le ocurre al turista si al llegar se hace una prueba y le resulta positiva, o qué ocurre si se descubre con posterioridad que en el avión había un positivo. Recordemos que la incertidumbre disminuye la confianza y que la confianza no es racional.

Para terminar, y como no podría ser de otra manera desde nuestro grupo de investigación, reclamar el aprovechamiento del emprendimiento, la innovación y la tecnología en el proceso de salida y recuperación. Ha sido sorprendente, por poner un ejemplo, la lentitud en el desarrollo y despliegue de la aplicación móvil Radar COVID en España. La tecnología puede y debe ser un gran aliado en el proceso de combatir esta crisis y como tal debe ser aprovechada.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Un cambio en las intenciones de compra anticipada de vuelos

Los investigadores Jacques Bulchand Gidumal y Santiago Melián González del Grupo de Investigación Emprendimiento, Empresa Digital e Innovación del TiDES abordaron, en el período de la pandemia mundial el impacto que ha suscitado un cambio de comportamiento de los turistas de las aerolíneas, concretamente en la compra de vuelos anticipados.

Los modelos de negocio de las líneas aéreas, en relación a los viajes de vacaciones, se basan en buena medida en el hecho de la compra anticipada de los pasajes por parte de los turistas. Con esta compra adelantada, que en ocasiones es de hasta 6 meses, las compañías pueden garantizarse varios meses antes de la salida que un vuelo va a resultar rentable. Ahora bien, la respuesta del gobierno y de las propias aerolíneas a la situación de los clientes que contaban con billetes de avión ya comprados cuando se declaró el estado de alarma y, en general, la situación de incertidumbre económica y sanitaria que puede producirse en los próximos años, pueden cambiar el comportamiento de los turistas en el futuro respecto a la compra anticipada de vuelos, incluso una vez que la situación retorne a la normalidad. Este cambio de comportamiento podría tener un impacto más que significativo en las cuentas de las aerolíneas. Aerolíneas a las que la crisis ya ha generado pérdidas millonarias. En resumen, una situación que podría causar la quiebra e incluso desaparición de muchas de ellas.

Este proyecto de investigación analiza, en primer lugar, si la hipótesis anterior es cierta. Es decir, si en el futuro los viajeros serán reacios a comprar billetes de avión con la misma antelación con la que lo hacían antes de la crisis. En segundo lugar, se investigan las causas de este cambio, así como las posibles acciones que podrían llevar a cabo los gobiernos y las aerolíneas para restablecer la confianza de los consumidores.

Hasta el momento, se ha realizado un primer estudio exploratorio con más de 600 viajeros en el mes de mayo. También se ha logrado financiación competitiva en la convocatoria para la financiación de proyectos de investigación "Covid-19 ULPGC", dentro del proyecto denominado **"Cambios del comportamiento del turista en la contratación de servicios en origen y actividades realizadas en destino en el escenario post COVID-19"** cuyos Investigadores Principales son el Dr. Juan M. Hernández Guerra y el Dr. Jacques Bulchand Gidumal. Con esta financiación se procederá a replicar el estudio exploratorio inicial en una muestra representativa a nivel nacional y aprovechando lo aprendido en la primera fase desarrollada.

Para terminar, y como no podría ser de otra manera desde nuestro grupo de investigación, reclamar el aprovechamiento del emprendimiento, la innovación y la tecnología en el proceso de salida y recuperación. Ha sido sorprendente, por poner un ejemplo, la lentitud en el desarrollo y despliegue de la aplicación móvil Radar COVID en España. La tecnología puede y debe ser un gran aliado en el proceso de combatir esta crisis y como tal debe ser aprovechada.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

'Canarias Importa', la apuesta por un nuevo modelo de desarrollo

Edu William**Miembro del grupo de investigación EEDI**

Tras la emergencia sanitaria y económica suscita por la COVID en Canarias, en el mes de mayo de 2020 el Consejo Social de la ULPGC impulsó en 2020 una pionera iniciativa transversal en la que aunó la experiencia y formación de varios investigadores universitarios y profesionales externos del Archipiélago para diseñar un nuevo modelo de desarrollo para Canarias. Bajo el título de 'Canarias Importa', este grupo de expertos liderado por el ex Rector Francisco Rubio Royo ha propuesto un abanico de propuestas en ámbitos estratégicos de la economía canaria.

El empresario y profesor de la ULPGC, Edu William, miembro del grupo EEDI del TiDES ha sido uno de los principales artífices del documento final de 'Canarias Importa', que **desarrolla 10 ejes estratégicos**. Él aporta tres propuestas impulsoras y dinamizadoras del turismo "para la diversificación de Canarias":

- Un nuevo modelo turístico.
- Vacaciones dirigidas a la tercera edad.
- Laboratorios de innovación de referencia internacional que pivotan sobre la digitalización y la sostenibilidad, que cuentan además con el análisis y la reflexión de la Cámara de Comercio de Gran Canaria, la Comisión de Turismo o el clúster Turismo Innova Gran Canaria, entre otros.

William señala que el nuevo modelo turístico propuesto aprovecharía el liderazgo mundial del Archipiélago para orientarse hacia un sector inteligente. "Un turismo mucho más digital, mucho más conceptualizado en el ámbito humano, en el tema de la responsabilidad con el planeta". Esta vía, reconoce, es posible "porque precisamente tenemos un mercado, un sector, una demanda y una oferta muy potente". La otra idea aspira a "romper el axioma fundamental de que el turismo se basa en el desplazamiento", cuando a su juicio se sustenta "en la experiencia, en la inteligencia y en las emociones". La realidad extendida y la neurociencia serían los motores en este cambio de paradigma.

Por otro lado, los laboratorios de innovación de referencia internacional dependen del desarrollo de "unas estructuras y unas grandes

conexiones entre administraciones y, sobre todo, de empresas que desarrollen acciones de I+D+i vinculadas a la gran cantidad de datos que podemos obtener, a las pruebas y errores, a los experimentos o a los test", dice William. De los resultados que se obtengan, el Archipiélago captaría "una gran marca internacional tecnológica que nos pueda poner en el gran centro de I+D+i vinculado al turismo".

Estas dos líneas ya están siendo analizadas por un grupo de empresarios que, al igual que algunas administraciones públicas, "quieren invertir en ellas", añade William.

Con vacaciones orientadas a la tercera edad, tanto local como internacional, se apuesta por la competitividad. Con este objetivo, el programa de Turismo ha planteado **"un proyecto piloto que sea un hotel escuela y laboratorio orientado al turismo de tercera edad"**, dice William.

Esta iniciativa permitiría la creación de una marca para la renovación de los hoteles, es decir, "que pueda haber una opción en la reconceptualización de la planta alojativa para orientarla a resorts o a una estructura, a un ecosistema, a pequeñas ciudades de la tercera edad"; y también la activación de temas y acciones de otros de los ejes de Canarias Importa.

William matiza que esta línea es la más complicada de ejecutar porque "tiene que ver con la estructura física"; por lo que el desarrollo es "más lento". El turismo inteligente, al contrario, no plantea ninguna dificultad porque "son acciones que ya se están desarrollando y que simplemente había que alinearlas de manera conjunta". Los laboratorios, por su parte, ya están siendo implantados.

Para terminar, y como no podría ser de otra manera desde nuestro grupo de investigación, reclamar el aprovechamiento del emprendimiento, la innovación y la tecnología en el proceso de salida y recuperación. Ha sido sorprendente, por poner un ejemplo, la lentitud en el desarrollo y despliegue de la aplicación móvil Radar COVID en España. La tecnología puede y debe ser un gran aliado en el proceso de combatir esta crisis y como tal debe ser aprovechada.



La investigación turística de la ULPGC sube en el ranking mundial

El ranking internacional de universidades más reconocido mundialmente, ARWU Ranking Shanghai 2020, destaca seis áreas de la ULPGC entre las primeras del mundo. Pero sobre todas destaca el área de Turismo, en el puesto 23. Es, además, la primera de España y la cuarta de Europa.

El Ranking Shanghai o Academic Ranking of World Universities (ARWU) clasifica 1.200 universidades cada año y publica los mejores resultados en cada área, utilizando indicadores objetivos respecto a los artículos de investigación publicados, como el número total, la ratio de citación, el número de los artículos que han tenido una colaboración internacional, los publicados en revistas de excelencia y los premios recibidos más destacados.

En el año 2020, la ULPGC ha mejorado su posición en este prestigioso ranking con respecto al año 2019, pues en él se destacan seis áreas de conocimiento e investigación entre las mejores del mundo.

Rank	University	Country	Metric 1	Metric 2	Metric 3
19	University of Houston	USA	11	159.5	42.9
20	University of Johannesburg	South Africa	1	157.5	45.5
21	University of Massachusetts Amherst	USA	12	156.5	44.2
22	Oxford Brookes University	UK	3	151.9	35.8
23	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Spain	1	148.8	40.7
24	Texas A&M University	USA	13	147.2	42.5
25	Oklahoma State University	USA	14	145.8	39.7
26	University of Otago	New Zealand	1	145.7	44.2
27	Middlesex University	UK	4	142.8	35.2
28	University of Toronto	Canada	2	141.0	36.3
29	University of Toronto	Canada	1	140.3	33.6

Es el área de Turismo de la ULPGC la que ocupa la mejor posición, pues se sitúa en el número 23 del mundo, la primera entre las universidades españolas y la cuarta entre las 300 universidades europeas que se evalúan. De este modo, la ULPGC repite primera posición entre las universidades de España desde 2018 y mantiene su subida mundial ya que el año 2018 ocupaba el puesto 40. Este área está encabezada por la Universidad de Hong Kong y junto a la ULPGC se encuentran solo 16 universidades españolas.

Información del ranking:

<http://www.shanghairanking.com/Shanghairanking-Subject-Rankings/hospitality-tourism-management.html>

INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN: Otras **NOTICIAS****ARTÍCULO DE OPINIÓN**

El conocimiento turístico de la universidad como vacuna para la crisis turística

Sergio Moreno Gil**Cátedra UNESCO de Turismo y Desarrollo. ULPGC**

El último Ranking Académico de las Universidades del Mundo (ARWU) recientemente publicado por el Centro para las Universidades de Primera Categoría (índice Shanghái de universidades) incluye a dieciséis universidades españolas entre las primeras del mundo en la categoría de Gestión Turística y Hotelera (Hospitality and Tourism Management). Sólo hay tres universidades de la Unión Europea entre las primeras 50 universidades del mundo, y todas ellas son españolas: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Universidad de Alicante y Universidad de Málaga (por orden).

El Ranking clasifica a las 300 mejores en turismo en función de la investigación, basándose en datos objetivos y una metodología transparente. Este ranking ha sido catalogado como el precursor de la clasificación de universidades a nivel mundial y es el más reconocido y de confianza internacionalmente. Las primeras posiciones del ranking son copadas por la Universidad Politécnica de Hong Kong, la Universidad Central de Florida, y la de Griffith en Australia. Todas ellas con inversiones muy superiores a las de la realidad española.

“España es un país con un sector muy competitivo, y líder en conocimiento turístico, y esta es la base sobre la que se debe construir nuestro futuro como potencia turística sostenible”

España no es sólo líder en competitividad turística mundial (The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, publicado por el Foro Económico Mundial), seguido por Francia y Alemania; y el segundo país mundial en cifras de llegadas internacionales tras Francia, y segundo en ingresos de turismo internacional tras Estados Unidos. España es un país con un sector muy competitivo, y líder en conocimiento turístico, y esta es la base sobre la que se debe construir nuestro futuro como potencia turística sostenible.

Son 16 universidades españolas las que figuran en este exclusivo listado copado por las universidades de habla inglesa (entre paréntesis su posición mundial). Son las universidades de Las Palmas de Gran Canaria (23), Alicante (31), Málaga (47), Valencia (51-75), Autónoma de Madrid, Granada, Islas

Baleares (79-100), Barcelona, Castilla La Mancha, Girona, Sevilla (101-150), Extremadura, Rovira i Virgili (151 – 200), Autónoma de Barcelona, Santiago de Compostela, y Vigo (201 – 300). Sólo en el campo de ciencia y tecnología alimentaria nuestro país presenta un número de universidades tan elevado entre las primeras 300.

Para poner en valor el logro, cabe destacar que la principal potencia de la Unión Europea, y el principal país emisor europeo (Alemania) sólo presenta tres universidades en este ranking, frente a las dieciséis de España. China, primer emisor mundial en volumen de negocio, y superpotencia emergente, sólo nueve universidades. Francia, primer país mundial en llegadas de turistas internacionales, sólo dos universidades. Italia, quinto país mundial en llegadas, cuatro universidades. Sólo figura una universidad de Latino América en el ranking: Universidad de Sao Paulo (201-300). Hay más de 17.000 universidades en el mundo, y solamente entre Latinoamérica y España se ofrecen 2.380 titulaciones en turismo.



Sí, las universidades españolas (y no sólo las que aparecen en este top 300) son excelentes en la investigación turística, tanto de forma individual como conjuntamente. Más universidades españolas estarían presentes si recibieran el apoyo a la investigación necesario.

¿Por qué es importante figurar en el ranking de las 300 mejores universidades del mundo?

Las universidades con reconocimiento internacional en un campo ofrecen títulos de prestigio que actúan de carta de presentación y ejercen un poder de atracción global, contribuyendo a la internacionalización del sector y empleabilidad de nuestros egresados, la mejora de la docencia, atrayendo nuevo talento (ya son varias las instituciones que conceden sus becas internacionales de doctorado para universidades pertenecientes al Ranking de Shanghái), y generando un círculo virtuoso con efectos multiplicadores en el sector. Estas universidades globalmente competitivas pueden internacionalizar su docencia (formación on-line), potenciar la captación y participación en proyectos

INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN: Otras **NOTICIAS**

internacionales, y desarrollar proyectos aplicados con el tejido productivo. Se trata del vértice de un clúster competitivo internacional (educación-investigación-transferencia) abanderado por ciertas universidades, y acompañado de otras disciplinas también competitivas internacionalmente, para impulsar la transformación de nuestro sector turístico, su diversificación y contribución a la sociedad.

“España no puede replantearse su futuro pensando el volver a liderar rankings de llegadas de turistas internacionales, sino en ser un líder en investigación y conocimiento turístico aplicado, así como en pensamiento estratégico”

En el mundo actual, el conocimiento generado es el verdadero producto de exportación. La superación de esta crisis a medio y largo plazo pasa por entender y saber aplicar el concepto de laboratorio turístico, integrando la propia experiencia del turista en el proceso de investigación (living lab), donde la potente industria española, sus universidades, los turistas y la sociedad participan de forma coordinada bajo una plataforma digital descentralizada para diseñar nuevos modelos de negocio, nuevos destinos, y nuevas experiencias del turista. Todo ello en el escenario post covid-19 que debemos afrontar con planificación para alcanzar la transformación social. Se trata de monitorizar el comportamiento del turista durante todas las etapas del viaje, sus emociones, su atención y respuesta a los estímulos digitales... todo ello para aportar más valor a su experiencia y contribuir a su bienestar (concepto de alcance superior al de seguridad), y al bienestar de la industria, el entorno y el residente.

En este escenario, tras la supervivencia a corto plazo del sector, al que debemos apoyar, garantizando que no se pierda talento ni competitividad, España no puede replantearse su futuro pensando el volver a liderar rankings de llegadas de turistas internacionales, sino en ser un líder en investigación y conocimiento turístico aplicado, así como en pensamiento estratégico. En un mercado global, el mercado no son los turistas actuales y potenciales que pueden visitar España. El mercado son más de mil quinientos millones de turistas internacionales que siguen deseando

viajar en cuanto se den las condiciones, a los que se suman millones de turistas domésticos y excursionistas. Es a este mercado global y sus empresas al que se le debe exportar productos y servicios turísticos especializados. Esto se consigue con el conocimiento generado, que además atrae más inversión y talento. Y sí, la digitalización y la sostenibilidad son los pilares sobre los que construir ese liderazgo, de la mano del conocimiento turístico.

La vacuna para la recuperación sostenible del sector turístico

La covid-19 ha puesto al sector turístico español ante un importante reto, que supone partir de un escenario de turismo cero. Para sobrevivir a la complicada situación, y re-diseñar un modelo turístico competitivo a medio y largo plazo, con un paradigma muy diferente al previo, y cifras de turistas lejos de las de antaño, la investigación y el conocimiento turístico se conforman como pilares básicos para el éxito en esta tarea. Pues ahí, las universidades españolas destacan en conocimiento turístico, y son un pilar crítico. Pero el objetivo final de este esfuerzo no es liderar un ranking, sino mejorar la competitividad turística del país y nuestra calidad de vida. La vacuna de la recuperación pasa por entender el concepto de laboratorio, con la participación de todos los agentes para re-diseñar nuestro futuro. Este laboratorio debe salir de un proceso de consenso que integre, por una parte, la estrategia general del sector turístico español y sus regiones y destinos, considerando las necesidades del sector con un enfoque transformador; y por otro, proyectos innovadores e integradores provenientes del mundo de la investigación. La financiación a la investigación, así como los planes de trabajo posteriores, potenciando las estructuras de colaboración y las redes de conocimiento turístico internacionales, impulsando la co-generación de conocimiento y transferencia entre las empresas y la universidad, e integrando la propia experiencia del turista en el proceso de investigación (living lab). Esta agenda de investigación turística implica, no solo investigar más, sino plantearse qué y cómo investigar. Tenemos una oportunidad histórica para que la educación, investigación y transferencia de conocimiento de la universidad española, permitirá la transformación de nuestro modelo turístico.

Artículo publicado en julio 2020, en hosteltur

https://www.hosteltur.com/comunidad/004300_el-conocimiento-turistico-de-la-universidad-como-vacuna-para-la-crisis-turistica.html

INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN: Otras NOTICIAS

Investigadores del TIDES analizan el impacto del cambio climático en el turismo costero

Investigadores del TIDES y de la Universidad de Bolonia (Italia) han realizado un trabajo de investigación y publicado un artículo en una revista internacional con el título 'Cambio climático, turismo costero y cadenas de impacto - revisión sistemática'.

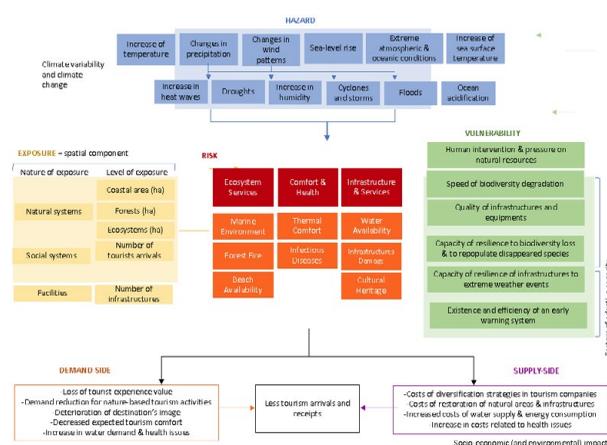
El artículo realiza un análisis sistemático y meta-síntesis de las publicaciones de los últimos veinte años (2000-2019) dedicadas a estudiar el impacto del cambio climático en el turismo costero y marítimo. La revisión se desarrolla sobre la base de un grupo de Cadenas de Impacto, previamente diseñadas mediante consulta con 150 expertos (industria, gobierno, academia) de 12 destinos insulares líderes en Europa (Grecia, Baleares, Canarias, Azores, Madeira, Cerdeña, entre otros).

En total, se identifican 9 Cadenas de Impacto, que interrelacionan un conjunto de variables (shocks climáticos, vulnerabilidad, exposición, riesgo e impactos en oferta y demanda turística) que, a criterio de los expertos, son la base fundamental de todas las interacciones que los turistas pueden experimentar en estos destinos, antes durante y después de la visita. De este modo, las cadenas de impacto no solo sirven como marco temático para la recopilación de estudios, sino como guía para la identificación de aquellas áreas prioritarias en materia de política turística y climática que no han recibido atención académica.

El trabajo está firmado por Anastasia Arabadzhyan y Paolo Figini, de la Universidad de Bolonia y los investigadores de la ULPGC Carmen García, Matías M. González, Yen E. Lam-González y Carmelo J. León.

Este artículo de investigación fue publicado en la revista científica 'Current Issues in Tourism', que tuvo un factor de impacto de 4,147 en el año 2019, y se sitúa en el cuartil Q1 en los tres últimos años, en la categoría de "Hospitality, Leisure, Sport & Tourism".

Asimismo, la investigación ha sido financiada por el programa H2020 de la Comisión Europea, a través del proyecto de innovación SOCLIMPACT "DownScaling CLimate imPACTs and decarbonization pathways in EU islands and enhancing socioeconomic and non-market evaluation of Climate Change for Europe, for 2050 and beyond". Este proyecto está liderado por el IU-TIDES de la ULPGC, y engloba a un total de 24 socios (incluye 5 socios españoles) y un presupuesto superior a 4 millones de euros



Ver gráfico en: https://www.ulpgc.es/sites/default/files/ArchivosULPGC/noticia/2020/Oct/inv_yen.png#overlay-context=

Calificaciones en economía colaborativa: mejor artículo científico en el Congreso ENTER2020

Los investigadores del TIDES, Jacques Bulchand y Santiago Melián, han obtenido el premio al mejor artículo científico publicado en el año 2019 en el área de turismo y tecnología en el congreso ENTER2020, celebrado en Surrey del 8 al 10 de enero de 2020.

El premio corresponde a la publicación titulada "Why are ratings so high in the sharing economy? Evidence based on guest perspectives" (¿Por qué son tan altas las calificaciones en economía colaborativa? Evidencia basada en las perspectivas de los huéspedes) publicada en la revista Current Issues in Tourism (situada en el primer cuartil del JCR).

En el artículo premiado se analizan las razones por las cuales las valoraciones que encontramos en plataformas de alojamiento de la economía colaborativa como Airbnb son siempre tan elevadas, por encima del 4.5. Para ello, se utilizaron dos fuentes de datos: por un lado, un cuestionario para el que se recibieron 391 respuestas válidas. Y, por otro, 20 entrevistas en profundidad con huéspedes que habían usado la plataforma y que sirvieron para entender mejor las razones y motivaciones.



Acceder al artículo: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2019.1602597?journalCode=rct20>

INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN: Otras **NOTICIAS**

Investigación sobre la intención de uso de los chatbots para viajar y hacer turismo

Dos investigadores del TIDES, Santiago Melián y Jacques Bulchand, junto al investigador de la Universidad de La Laguna, Desiderio Gutiérrez, han realizado un trabajo de investigación titulado 'Predicción de la intención de uso de los chatbots para viajar y hacer turismo'.



Los chatbots son los asistentes automatizados para la interacción con los consumidores, una de las tecnologías que más están creciendo en lo referido a la relación de las empresas con sus clientes. Entre las empresas que los utilizan destacan los hoteles, las agencias de viaje y las compañías aéreas. Aunque los chatbots son cada vez más habituales, no existe evidencia en cuanto a qué explica su intención de uso por los consumidores.

Este trabajo propone y comprueba un modelo que pretende predecir qué hace que los usuarios se decidan a usar los chatbots. El modelo y sus hipótesis se analizan una muestra de 476 consumidores que habían viajado por motivo de vacaciones durante el año anterior.

Los resultados revelan que la intención de uso de los chatbots se explica por el rendimiento que se espera de los mismos, el hábito de los consumidores en cuanto a su uso, el disfrute que genera la interacción, la predisposición a usar tecnologías de autoservicio, el comportamiento de los conocidos, y el hecho de que los chatbots se comporten como personas.

Esta es la primera investigación sobre intención de uso de los chatbots por parte de los consumidores y sus resultados sirven de guía a los desarrolladores de esta tecnología. Los investigadores concluyen que además de asegurar que un chatbot es capaz de resolver las dudas y preguntas que los clientes suelen hacer respecto a un servicio concreto, los diseñadores no deberían descuidar el componente lúdico de la interacción. Lo mismo puede decirse respecto al lenguaje que emplea: debe parecerse a una interacción con otra persona.

Este trabajo ha sido publicado en la revista internacional 'Current Issues in Tourism', que es una de las revistas más prestigiosas en el ámbito turístico. Con un índice de impacto de 3,395 en el Social Science Index del Journal Citation Report.

Acceder al artículo:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2019.1706457>

Las estrategias de marketing turístico analizando las redes sociales: investigación finalista del Premio Tribuna FITUR

La Doctora Tatiana David Negre, investigadora del TIDES de la ULPGC, fue finalista en la 21ª edición del Premio Tribuna FITUR – Jorge Vila Fradera, un galardón que valora el mejor trabajo de investigación en turismo de España y América Latina y que está convocado anualmente por la Asociación Española de Expertos Científicos de Turismo (AECIT), en colaboración con la Institución Ferial de Madrid (IFEMA) y la Feria Internacional de Turismo (FITUR).



El trabajo, titulado "Una mejora de las estrategias del marketing turístico a través del análisis de redes sociales. Comprender el comportamiento de los turistas a través del Customer Journey", fue realizado en coautoría con los doctores Juan M. Hernández, Sergio Moreno Gil y Arminda Almeida Santana, también miembros del Instituto de Investigación TIDES.

La investigación ha analizado al consumidor en dos etapas; antes de su viaje y durante sus vacaciones. Se valoraron varios aspectos como el comportamiento del turista en relación a las plataformas web utilizadas para informarse sobre los destinos a visitar diferenciando por nacionalidades y generaciones; y describiendo las actividades que realizan a su llegada al lugar vacacional, el impacto que tienen sobre el gasto en destino, permitiendo elegir las estrategias que se utilizarán para el desarrollo de productos con el objetivo de aumentar el gasto en destinos y los beneficios económicos del turismo para la población local.

INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN: Otras NOTICIAS

Investigación sobre las áreas protegidas de países de desarrollo y la desafección hacia el turismo

Cuatro investigadores del TIDES han realizado un trabajo de investigación en el que se plantean por qué las comunidades sociales en áreas protegidas de países de desarrollo manifiestan desafección hacia el turismo.

Este trabajo elaborado por **Birame Sarr, Matías Manuel González-Hernández, José Boza-Chirino y Javier de León**, está publicado en una revista internacional bajo el título 'Understanding Communities' Disaffection to Participate in Tourism in Protected Areas: A Social Representational Approach'.

En este artículo se utiliza un enfoque de representación social que permite incluir interacciones sociales, historia y antecedentes culturales para explicar y agrupar las actitudes de los residentes hacia el turismo en áreas protegidas en países en desarrollo.

El trabajo de campo se ha realizado en los asentamientos vecinos al Parque Nacional de La Langue de Barbarie, en el norte de Senegal, que permitió identificar tres perfiles grupales: la minoría más grande, que es reacia a aceptar cualquier tipo de turismo; una segunda minoría que apoya activamente otro tipo de comunidad basada en el turismo, pero más centrado localmente; y un tercer grupo que está formado por aquellos que desean escapar de una existencia no deseada y emigrar.



Los investigadores concluyen que, para lograr un desarrollo turístico sostenible exitoso, las intervenciones deben capacitar al grupo que apoya el turismo para liderar iniciativas, seducir a los reacios, dinamizar a aquellos que buscan emigrar, y negociar con los agentes turísticos externos para lograr un desarrollo turístico más equitativo en el que los agentes locales participen activamente.

Este estudio es el primero a nivel internacional que emplea la teoría de la representación social como marco para entender el proceso de formación de las actitudes de desafección; para identificar diferentes grupos que representan una respuesta diferenciada de la sociedad rural del entorno de las áreas protegidas, que se plasma en actitudes y comportamientos diferenciados; y para asistir el diseño de estrategias que confieran liderazgo a los grupos más dinámicos y permitan reconstruir en torno a ellos un consenso sobre un nuevo modelo de turismo capaz de conferir protagonismo y beneficio a las comunidades.

El trabajo ha sido publicado en la revista internacional 'Sustainability', indexada en la base de datos JCR (Journal Citation Reports), que está posicionada en el segundo cuartil (Q2) del área de Ciencia y Tecnología Verde y Sostenible, habiendo obtenido en 2019 un índice de impacto de 2,59.

Juan Carlos Martín participa en un estudio sobre la satisfacción del turista en Sudáfrica

El investigador del TIDES Juan Carlos Martín ha realizado un trabajo de investigación junto a dos investigadores de Sudáfrica, Melville Saayman y Engelina du Plessis, en el que miden la satisfacción del turista internacional, desde un enfoque diferente.

Este trabajo ha sido publicado en un artículo de investigación que contribuye al debate sobre cómo determinar la satisfacción del turista. El objetivo es analizar mediante el uso de números difusos en qué medida están satisfechos los turistas internacionales que visitan Sudáfrica. La medición de la satisfacción con los destinos turísticos (DSAT) se basa en un modelo difuso de toma de decisiones multicriterio (F-MCDM) que evalúa de acuerdo con una serie de segmentos diferentes como el género, la edad y la lengua materna.

Los resultados muestran que las mujeres están más satisfechas que los hombres; los turistas entre 56 y 65 años son los más satisfechos, mientras que los menores de 35 años son los menos satisfechos. Asimismo, los hablantes nativos de inglés están más satisfechos que otros turistas.

Estos resultados tienen claras implicaciones para el diseño de campañas de marketing para destinos sudafricanos, especialmente para aquellos segmentos analizados en el estudio. Y en el trabajo también se describen propuestas para futuras investigaciones.

Este trabajo de investigación ha sido publicado en la revista internacional 'Journal of Hospitality and Tourism Management', que es la revista oficial de CAUTHE (Consejo de Turismo de Australia y Hospitality Education Inc.). La revista tiene interés en una amplia gama de temas que incluyen turismo y gestión de viajes, estudios de ocio y recreación y el campo emergente de eventos. La reputación de la revista viene avalada por estar incluida en SSCI (Índice de Citas en Ciencias Sociales).

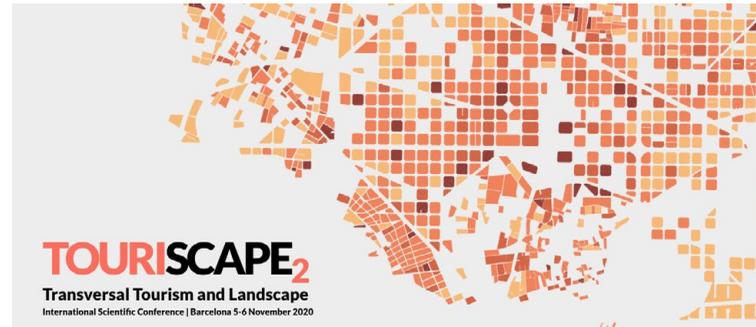


FORMACIÓN

Investigadores del TIDES en Congreso Touriscape 2

El 5 y el 6 de noviembre se celebró en Barcelona el Congreso Internacional Touriscape2. El tema central del mismo giró en torno al turismo urbano, y su objetivo científico fue debatir sobre el papel del paisaje en la configuración y desarrollo del turismo.

En este congreso participaron varios investigadores del TIDES, como Carmelo León, Matías González o Carmen García, que abordaron aspectos relacionados con el cambio climático y otros retos de la ciudad turística.



El investigador Sergio Moreno, en Overbooking Gran Canaria

La crisis por la Covid-19 ha dibujado un nuevo escenario en el que es necesario explorar nuevas formas en la comunicación turística para atraer y recuperar la confianza de los turistas. Por este motivo, el evento Overbooking Gran Canaria 2020, celebrado en el mes de junio, quiso analizar las nuevas estrategias de comunicación y reputación on line en la nueva realidad turística.



En una mesa debate on line presentada y moderada por Laura Torres, area manager de Cabo Verde, Portugal, Península y Baleares en Binter, también estuvieron presentes Sergio Moreno Gil, catedrático de Turismo de la ULPGC y miembro del TIDES; Rafael González, socio director de Vivential Value; y Pablo Llinares, director gerente del Patronato de Turismo de Gran Canaria.

Ciclos webinar del proyecto SOCLIMPACT

Durante el año 2020, y en el período excepcional de pandemia, los socios del Proyecto SOCLIMPACT continuaron desarrollando su actividad formativa con la organización de varios ciclos de seminarios on line. Entre ellos destaca el webinar celebrado en el mes de julio, bajo el título ‘¿Cómo enfrentar los riesgos del cambio climático en las Islas?: o el celebrado en el mes de junio, titulado ‘Economic value of Climate Change in European islands: new perspectives’. En este último participaron los investigadores del TIDES Carmelo León y Matías González.



SEMINARIOS del TIDES

En 2020, el Instituto TIDES inició el año con varios seminarios. En enero, tuvo lugar el seminario titulado ‘La renovación edificatoria como elemento de competitividad’, impartido por José M. Sanabria Díaz en el Edificio Antiguo de Empresariales. En el mes de febrero se celebró en el antiguo Edificio de Empresariales de la ULPGC el seminario titulado ‘Digital Nomadism. New places, new links?’, impartido por Clément Marinos.

En el mes de marzo se organizó un nuevo seminario de investigación del Instituto Tides, titulado ‘Implicit Cognitions in the Experience Economy. Anticipation of Desired Travel Experiences’, que fue impartido por el profesor Thorsten Teichert.

Por último, y también marzo, el investigador Manuel Romero Hernández ofreció el seminario titulado ‘Economic Evaluation of University Training Doctors in Mozambique’.





**Instituto Universitario de
Turismo y Desarrollo
Económico Sostenible**



Campus Universitario de Tafira, módulo E,
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

+ 34 928 454 960

tides@ulpgc.es

www.tides.es

