

Plan Estratégico de Turismo de Icod de los Vinos



Ayuntamiento de
Icod de los Vinos



GRUPO
Innovaris
CONSULTORES

Proyecto:

'Plan Estratégico de Turismo de Icod de los Vinos'

Ayuntamiento de Icod de los Vinos.

[Informe final – Revisión diciembre de 2024]



**Ayuntamiento de
Icod de los Vinos**



Desarrollado por:

Innovaris S.L.

CIF: B-38.820.452.

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



Foto de portada: Web oficial del Ayuntamiento de Icod de los Vinos.

AVISO EL SOBRE USO DEL LENGUAJE

Innovaris tiene un cuidado especial en la redacción de sus trabajos aplicando un lenguaje no sexista en todo el documento, evitando el uso de palabras en masculino, buscando alternativas como el uso de palabras colectivas y neutras, sujetos dobles o expresiones impersonales, de manera que la redacción resulte más rica en términos y locuciones, y asegure una representación igualitaria de hombres y mujeres



Contenido

1. Resumen ejecutivo	4
2. Análisis de contexto	7
2.1. Tendencias actuales del turismo	7
2.2. Planes con incidencia en el municipio.....	9
2.3. Características generales del destino.....	15
2.3.1. Demografía	16
2.3.2. Coyuntura económica	22
2.4. El turismo en Icod de los Vinos	26
2.4.1. Oferta turística	27
2.4.2. Demanda turística	38
2.4.3. Información recopilada oficina de turismo.....	40
2.4.4. Alianzas para la gestión del destino.....	42
2.4.5. Promoción y comercialización	43
3. Conclusiones análisis de contexto.....	46
4. Proceso participativo	47
4.1. Mapa de actores – Análisis grupos de interés	47
4.2. Encuesta.....	49
4.2.1. Cuestionario	49
4.2.2. Ficha técnica y guion cuestionario	50
4.2.3. Resultados obtenidos	53
4.3. Entrevistas.....	60
4.3.1. Ficha técnica y guion de entrevista	60
4.3.2. Perfiles entrevistados.....	61
4.3.3. Resultados obtenidos	62
4.4. Sesiones participativas.....	71
4.4.1. Metodología de las sesiones.....	71
4.4.2. Resultados obtenidos	72
5. Análisis DAFO.....	87
5.1. Debilidades	88
5.2. Amenazas.....	89
5.3. Fortalezas	90
5.4. Oportunidades.....	91
6. Estrategia y Plan de Acción.....	94
6.1. Fichas de acción.....	96
6.2. Hoja de ruta	188



1. Resumen ejecutivo

El sector turístico se encuentra en constante evolución debido a su naturaleza interdisciplinaria, por lo tanto, la planificación estratégica se presenta como una herramienta esencial para cualquier territorio en el que se desarrollen actividades económicas vinculadas a este sector. También las estrategias nacionales e internacionales enfatizan en la importancia de la sostenibilidad para el desarrollo de este sector, por lo que un análisis adecuado y una estrategia de turismo sostenible son esenciales para adaptarse a la realidad actual.

Teniendo en cuenta este contexto, se ha desarrollado el **Plan Estratégico de Turismo de Icod de los Vinos** con el objetivo general de abordar los cambios a corto y largo plazo del sector turístico en el municipio. Los objetivos del documento se han enmarcado de la siguiente manera:

- Identificar oportunidades de desarrollo para el desarrollo socioeconómico del municipio.

- Definir una estrategia desarrollo turístico basada en la sostenibilidad ambiental, económica y social.
- Fortalecer el sector turístico de Icod de los Vinos.

Además, se ha considerado como objetivo general el de dotar al Ayuntamiento de Icod de los Vinos de una **herramienta de planificación que guíe las acciones en el área de turismo y otras áreas relacionadas**.

Con el fin de lograr dichos objetivos, se ha realizado un **diagnóstico turístico** a través del estudio de la situación de este sector desde lo general, atendiendo a las principales tendencias actuales del mismo, así como a planes y proyectos de influencia para el turismo, para posteriormente centrarse en lo específico mediante la realización de un análisis de las características generales del municipio y las particularidades del sector turístico.

El análisis estadístico ha revelado que el municipio de Icod de los Vinos ha experimentado un crecimiento poblacional positivo en los últimos años, aunque presenta una población envejecida. La economía local está basada principalmente en el sector servicios,



destacando la hostelería y el comercio, cuya expansión está intrínsecamente vinculada a una estrategia turística bien estructurada. En cuanto al turismo, la mayoría de los visitantes provienen del resto de España, Alemania y el Reino Unido. A pesar del impacto negativo de la pandemia de COVID-19, el sector ha mostrado signos de recuperación, alcanzando e incluso superando los datos de años anteriores. Icod de los Vinos cuenta con una oferta turística variada que incluye recursos históricos, culturales y naturales, complementada por una oferta de restauración significativa. Un aspecto crucial es la importancia de la **vivienda vacacional** en la planta alojativa del municipio, que diversifica la oferta y atrae diferentes segmentos de mercado, pero existen numerosas viviendas vacacionales ilegales.

Como segunda fase, se ha ejecutado el proceso participativo. Este proceso ha estado centrado en el desarrollo de **2 sesiones grupales** (con el grupo municipal y con asociaciones y empresarios), **9 entrevistas** (con perfiles diversos como empresarios/as de restauración, actividades turísticas o grupo de

oposición) y un **cuestionario dirigido a la población** que ha obtenido 201 respuestas.

El proceso participativo ha sido fundamental para el desarrollo del Plan Estratégico de Turismo de Icod de los Vinos, permitiendo la inclusión de diversas voces y perspectivas de los actores locales. Se ha llevado a cabo un **análisis de grupos de interés**, identificando a los principales actores involucrados en el sector turístico, lo que ha facilitado la creación de un mapa de actores que refleja la dinámica del territorio. Todas las dinámicas han proporcionado información valiosa sobre las percepciones y necesidades de la población en relación con el turismo. Los resultados indican que existe un **interés generalizado en mejorar la oferta turística y en promover un desarrollo sostenible**, respetando la identidad cultural y natural del municipio. Además, se han identificado áreas de mejora en la infraestructura turística, como la necesidad de acondicionar y homologar senderos, así como la importancia de recuperar espacios como la Playa de San Marcos. También se ha resaltado



la relevancia de potenciar el patrimonio arqueológico y cultural, así como la necesidad de una mejor promoción de los recursos existentes.

Con estas dinámicas participativas se han obtenido relevantes conclusiones acerca del estado actual del municipio, que han complementado a la perfección el diagnóstico documental realizado. Estas conclusiones en su totalidad han sido sintetizadas a través de un **análisis DAFO** como herramienta para obtener las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de Icod de los Vinos.

Gracias a todas las conclusiones e información analizada se ha podido diseñar un plan de acción 2025-2029 que consta de **46 acciones** englobadas en **4 ejes**: gobernanza, infraestructura y acondicionamiento del municipio, competitividad turística y sostenibilidad medioambiental; y **11 líneas estratégicas**: fortalecimiento de la gestión turística local y coordinación interna, impulso de la coordinación supramunicipal e intermunicipal, gestión del patrimonio y regulación del entorno turístico,

recuperación y mejora del espacio público y áreas naturales, rehabilitación y creación de infraestructuras urbanas, mejora de la conectividad y señalización urbana, desarrollo de productos turísticos, formación y digitalización del sector turístico, impulso de la promoción turística, sensibilización y educación ambiental y gestión de residuos y recursos naturales.



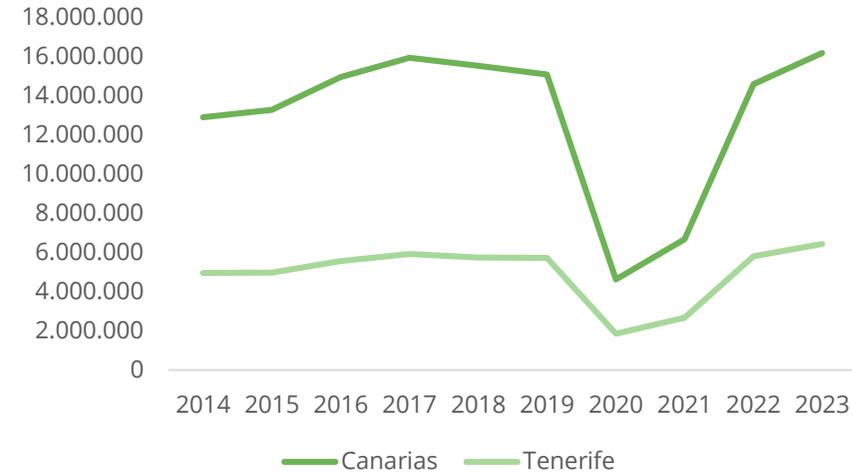
2. Análisis de contexto

Con el fin de conocer las generalidades y particularidades que afectan al desarrollo del sector turístico en el municipio de Icod de los Vinos, se ha realizado un diagnóstico del contexto externo e interno del territorio.

2.1. Tendencias actuales del turismo

El turismo juega un papel clave en la economía mundial, especialmente en Canarias, donde esta actividad se presenta como uno de los principales motores económicos de sus territorios. Sin embargo, este sector es muy sensible a los factores externos derivados de cambios económicos, políticos o crisis internacionales. Tras la crisis de la COVID-19, el turismo en Canarias se ha recuperado positivamente, no solo alcanzando los datos obtenidos tras esta crisis sino mejorándolos, tal y como se puede observar en el siguiente gráfico que muestra la llegada de turistas a Canarias y Tenerife por vía aérea.

Gráfico 1. Evolución del número de turistas recibidos por vía aérea (2014 - 2023).



Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

Tras un año récord en visitas de turistas y facturación en las islas Canarias, el turismo llega a representar un 35% del PIB del archipiélago lo que supone cerca del 40% del empleo según datos de la Consejería de Turismo.

Sin embargo, la llegada constante de turistas puede influir de manera negativa en algunos aspectos concretos, como el colapso de las carreteras o generar problemas relacionados con la



vivienda, que afectan a la sostenibilidad económica, social y medioambiental en un archipiélago con un alto porcentaje de su territorio protegido.

En las islas se ha desatado un debate sobre el modelo turístico que se lleva desarrollando en Canarias desde que se desató, en la década de los 60, el “boom turístico”. Esta situación de descontento amenaza a mercados clave como el inglés o el alemán, principales nacionalidades sobre el total de visitantes de las islas. Este malestar se ha manifestado en los últimos meses en protestas y críticas a este modelo turístico.

Icod de los Vinos, aunque no es un municipio con las características turísticas que se asocian a otros territorios de Canarias, no está exento de los efectos colaterales de la turismofobia y los debates sobre el modelo turístico. Su enfoque en el turismo rural y su patrimonio histórico-cultural, lo hacen atractivo para visitantes interesados en experiencias *auténticas* vinculadas a la naturaleza y las tradiciones. Los turistas que

visitan Icod suelen estar más interesados en explorar la belleza natural del municipio y huir de las aglomeraciones.

Las personas que viajan y realizan actividades vinculadas al turismo son cada vez más exigentes, por lo tanto, los destinos han de responder a estas demandas intentando adaptar su oferta a las nuevas tendencias.

▪ **Sostenibilidad**

El auge de los destinos sostenibles y la concienciación sobre el cambio climático han transformado la forma en que los turistas eligen sus viajes. Cada vez más, los viajeros buscan opciones más sostenibles y responsables con el medio ambiente.

La sostenibilidad se ha convertido en un criterio importante al elegir un destino y un alojamiento. Los viajeros desean disfrutar de experiencias memorables sin comprometer el entorno natural y cultural que visitan, por esta razón, los alojamientos que cuentan con certificaciones y prácticas sostenibles son especialmente atractivos para el público.



▪ Turismo rural

El turismo rural se ha consolidado y ha aumentado su presencia en los últimos años, cada vez son más los turistas interesados en la cultura, vida cotidiana y autenticidad del destino, evitando así la masificación y acercándose a experiencias más genuinas y cercanas con el destino.

Según datos extraídos del ISTAC para la isla de Tenerife, las actividades relacionadas con la naturaleza han aumentado de un 2,9% a un 5,6% en los últimos 5 años, del mismo modo que la actividad preferida por los visitantes es la de recorrer la isla por su cuenta, registrando un 17,5% sobre el total de actividades en 2023.

2.2. Planes con incidencia en el municipio

Con el objetivo de que la nueva estrategia turística esté alineada con los documentos y proyectos aprobados por la entidad, así como aquellos de ámbito superior que puedan ser de aplicación, se ha llevado a cabo un análisis documental de los principales

planes y documentos relevantes para el desarrollo del Plan Estratégico de Turismo.

El Ayuntamiento de Icod de los Vinos actualizó en 2023 su **Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS-ICOD DE LOS VINOS)**. La necesidad de la realización de un Plan de Movilidad Sostenible viene recogida por la Ley 2/2011, de Economía Sostenible (2011), donde se insta a que cada municipio tenga uno propio. Así como para la concesión de cualquier ayuda o subvención al transporte público urbano o metropolitano que pidan las administraciones autonómicas o locales, será imprescindible tener un PMUS.

En el PMUS se recogen las intervenciones a medio y largo plazo que se quieren instaurar en el municipio en materia de movilidad. Los objetivos principales que se plantean son:

- ✓ Reorganizar el tráfico
- ✓ Crear espacios abiertos para peatones y bicicletas
- ✓ Potenciar el transporte colectivo
- ✓ Sendas peatonales seguras de acceso a centros educativos



En definitiva, con este Plan se pretende organizar el municipio y prepararlo para las exigencias europeas actuales que piden la reducción de CO2 y el impulso de la sostenibilidad urbana.



Destino Turístico
Inteligente

La **Red de Destinos Turísticos**

inteligentes es un programa impulsado por la Secretaría de

Turismo y gestionado por SEGITTUR, con el objetivo de contribuir a la mejora de la competitividad en materia de sostenibilidad y accesibilidad en los destinos españoles. Esto se considera mediante modelos de gobernanza, que incorporen la innovación y la tecnología.

En el año 2020, a través del diagnóstico de SEGITTUR, la isla de Tenerife superó el 80% de los requisitos exigidos para obtener el distintivo de **Destino Turístico Inteligente (DTI)**. En el año 2023, bajo esta misma metodología, volvió a superar estos requisitos manteniendo así la certificación para la isla en su conjunto.

▪ **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia**

También denominado 'Plan España Puede', fue aprobado por el Consejo de ministros el 27 de abril de 2021 con el objetivo de acelerar la recuperación económica y social tras los efectos provocados por la pandemia sufrida por la COVID-19.

Este plan tenía como meta principal la de impulsar una transformación estructural del sistema, apoyándose sobre cuatro ejes transversales: la transición ecológica, la cohesión territorial, la igualdad de género y la transformación digital. A su vez, estos ejes se estructuran en torno a 10 políticas palanca:

1. **Agenda urbana y rural**, con medidas que buscan combatir la despoblación y fomentar el desarrollo de la agricultura.
2. **Infraestructuras y ecosistemas resilientes**, para la conservación y restauración de los ecosistemas, así como la preservación de los recursos hídricos.
3. **Transición Energética Justa e Inclusiva**, despliegue e integración de energías renovables, redes inteligentes (como las redes 5G) y la cadena de valor del hidrógeno renovable.

10



4. **Administración para el siglo XXI**, con el objetivo de modernizar y digitalizar las Administraciones Públicas.
5. **Modernización y Digitalización Empresarial**, que incluye la modernización del sector turístico, el apoyo a las pymes y el impulso de la conectividad digital y la ciberseguridad.
6. **Pacto por la Ciencia y la Innovación**, para fortalecer el Sistema Nacional de Salud y promover una estrategia nacional de inteligencia artificial.
7. **Educación y Conocimiento**, en una apuesta por la formación continua, la modernización del sistema educativo y el desarrollo de competencias digitales para los estudiantes.
8. **Nueva Economía de los Cuidados y Políticas de Empleo**, busca un mercado laboral más dinámico, resiliente e inclusivo, con especial atención a la igualdad de género.
9. **Impulso a la Industria Cultural y Deportiva**, con el fin de fomentar el desarrollo en estos sectores.
10. **Modernización del Sistema Fiscal** para un crecimiento inclusivo y sostenible, incluyendo la lucha contra el fraude fiscal.

▪ Marco Estratégico de Desarrollo Insular (MEDI) 2016-2025

Propone impulsar el desarrollo insular mediante una planificación eficiente de los recursos. Supone un nuevo enfoque de gestión pública basado en la buena gobernanza, la administración por objetivos y el equilibrio territorial. El MEDI materializa la política insular, respondiendo a las demandas de la ciudadanía en términos de empleo, conocimiento, innovación y desarrollo sostenible.

La inversión anual del MEDI supera los 230 millones de euros, dirigidos a 5 ejes y 36 programas de actuación:

Eje 1º. Tenerife 2030, se centra en desarrollo de la educación, innovación, cultura, tecnología y deporte como pilares para el desarrollo sostenible de la Isla.

Eje 2º. Acción Social, dotando del protagonismo a las personas como prioridad dentro de las acciones del Marco Estratégico.

Eje 3º. Infraestructuras, pilar fundamental de cualquier actividad económica y equilibrio territorial.

Eje 4º. Empleo y Sectores Productivos. Una de las principales metas del Marco Estratégico de Desarrollo Insular es fomentar la creación de empleo estable y de calidad.

Eje 5º. Sostenibilidad y Medio Ambiente, para resaltar la importancia del uso racional y sostenible de los recursos naturales insulares.

▪ **Plan Maestro de Acción Climática, 2022 - 2030**

La empresa pública PROMOTUR - Turismo de Islas Canarias ha elaborado este plan como parte de su compromiso con la Declaración climática de Glasgow, con el que se busca lograr reducir al 50% las emisiones de carbono en el sector turístico durante los próximos 8 años y lograr la neutralidad climática para el año 2050.

El Plan se basa en las directrices establecidas por Glasgow a través de las siguientes vías de actuación:

VÍAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS
MEDICIÓN	- Calculadora de huella de carbono
DESCARBONIZACIÓN	- Asesoramiento y acompañamiento - Catálogo de medidas de descarbonización
REGENERACIÓN Y PROTECCIÓN DE ECOSISTEMAS	- Marco permanente de colaboración
COLABORACIÓN	
FINANCIACIÓN	- Mejora de eficiencia energética - Planes de sostenibilidad

Fuente: Plan de Acción Climática del Destino Islas Canarias (PROMOTUR).

▪ **Plan Estratégico de Canarias para el Turismo (PECT 2025)**

Este documento, aprobado por el Gobierno de Canarias en 2019, busca diseñar un proceso que permita a las Islas Canarias liderar dinámicamente el papel que el turismo debe desempeñar en su futuro. Se basa en el modelo turístico definido en 2012 por el Plan Estratégico Promocional Islas Canarias 2012-2016, impulsado por Promotur Turismo de Canarias.

El análisis aborda la regulación, los agentes involucrados y los documentos de antecedentes de planificación turística a nivel internacional, regional, insular y municipal.

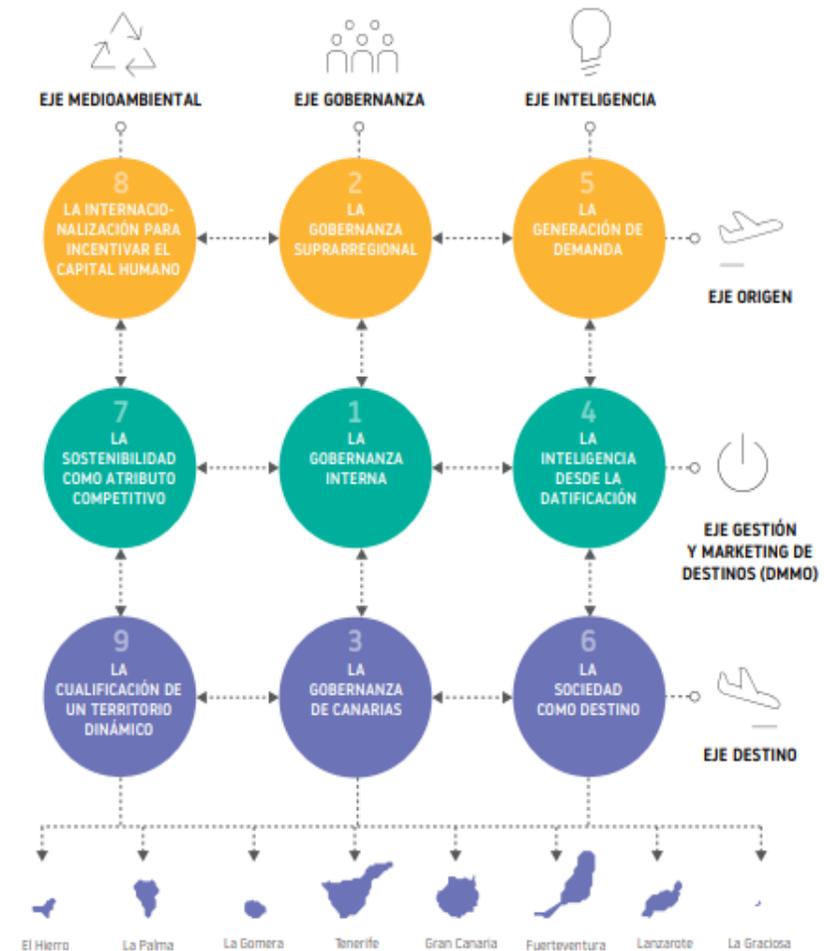


El objetivo es desarrollar una hoja de ruta para el destino hasta 2040, centrándose en la sostenibilidad y el liderazgo social de la actividad turística con el fin de analizar:

- El estado de la regulación que afecta a la cadena de valor turística.
- Planes y estrategias con los que el PECT 2025 se debe coordinar e interactuar.

El plan estratégico desarrolla su hoja de ruta para los horizontes temporales (2025 y 2040) partiendo de los siguientes objetivos:

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



Fuente: Gobiernodecanarias.org



▪ Plan Estratégico Canarias Destino

El Gobierno de Canarias ha desarrollado este plan como una estrategia de transformación para el sector turístico, complementaria al PECT 2025.

El objetivo es que las Islas Canarias sean competitivas a largo plazo y se adapten a los cambios futuros en el turismo. La estrategia se centra en tres objetivos clave:

- Mejorar la resiliencia del modelo turístico, aumentando su capacidad de prevención y adaptación ante cambios
- Comprometerse con la neutralidad climática, reduciendo progresivamente las emisiones de carbono en actividades turísticas según los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030.
- Potenciar la generación de valor económico y social para las Islas Canarias y su ciudadanía, beneficiando a otras actividades económicas.

Para lograr esto, la estrategia se desarrolla a partir de ocho ejes transversales de actuación:

- Liderazgo digital
- Conexión directa con el visitante
- Gestión del conocimiento
- Innovación y creatividad
- Extensión y cohesión de la cadena de valor
- Aprendizaje e interacción constante
- Empoderamiento del destino
- Gobernanza y colaboración público-pública y público-privada



2.3. Características generales del destino



Icod de los Vinos, es un municipio situado al norte de la isla de Tenerife que limita con los municipios de Garachico, La Guancha, San Juan de la Rambla y Santiago del Teide.

Su territorio se divide en 12 entidades singulares de población: El Amparo, Buen Paso, Las Cañas, Cueva del viento, La Florida, Fuente La Vega, La Mancha, San Felipe, San Marcos, Santa Bárbara, La Vega e Icod de los Vinos, la capital municipal, que se encuentra a unos 233 metros sobre el nivel del mar.

Este municipio cuenta con una herencia histórica significativa, además de poseer recursos naturales únicos.

En el siglo XVI, Icod era conocido por su agricultura gracias a la fertilidad de sus tierras. Ya desde este siglo, el municipio albergó

un importante ingenio azucarero en Tenerife que fue fundamental para la economía local y la prosperidad de la región, hasta que las condiciones de la competencia cambiaron haciendo que se abriera paso otro tipo de cultivo como la uva. El cultivo emergente de la vid se consolidó como el producto principal en Icod, tanto es así que los nuevos pobladores europeos añadieron el apelativo «de los Vinos» a la toponimia del municipio.

A posteriori, se sitúa entre las grandes potencias de la isla consiguiendo un gran desarrollo económico gracias al comercio a través del puerto de Garachico. En el Siglo XVIII toma especial relevancia el cultivo de la seda, llegando a contar hasta con ochenta telares que producían tanto para el mercado interior como para exportar a puertos de las Indias Occidentales españolas.

En el siglo XIX, Icod superó una depresión socioeconómica al introducir nuevos cultivos de exportación, como el tomate y el plátano. Sus recursos hídricos y clima favorables contribuyeron al desarrollo económico del territorio. A finales de los años 60, el

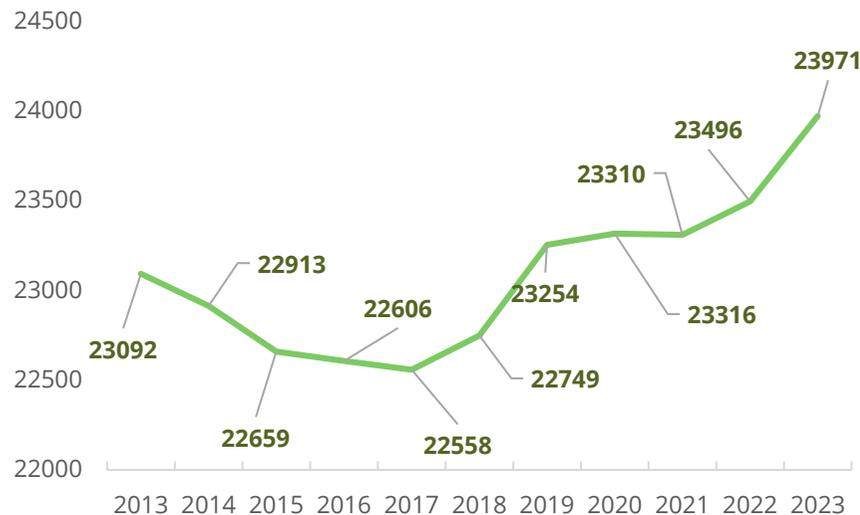


boom turístico que afectó a toda la isla también alteró la estructura socioeconómica del municipio.

Icod de los Vinos es un ejemplo de localidad creada y desarrollada a partir del aprovechamiento del campo y la agricultura.

2.3.1. Demografía

Gráfico 2. Evolución de la población de Icod de los Vinos (2013-2023).



Fuente: INE. Elaboración propia.

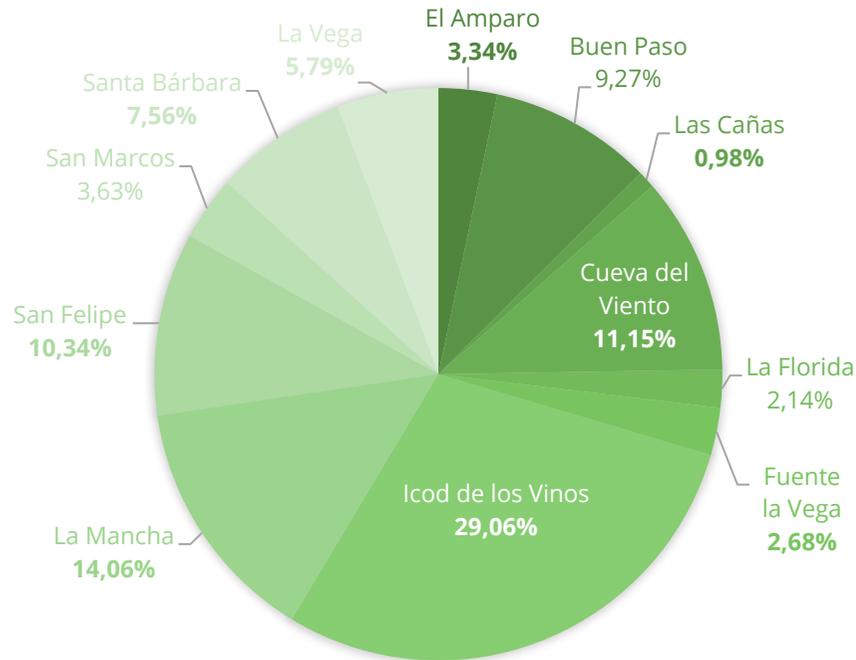
Según los datos estadísticos de 2023 extraídos del padrón continuo del INE, Icod de los Vinos cuenta con un total de 23.971 personas residentes y una densidad poblacional de 244,98 habitantes por kilómetro cuadrado. Esto convierte al municipio en el 11º más poblado de la isla y de la provincia de Santa Cruz de Tenerife.

Atendiendo a la evolución de la población empadronada en el municipio en los últimos 10 años, se observa que existe un crecimiento del número de habitantes.

Tras un periodo de pérdida poblacional continua que dura hasta el año 2017, la población del municipio aumenta paulatinamente a partir de este año. Tras cierto estancamiento en el periodo comprendido entre 2019 y 2021, como consecuencia de la pandemia del COVID-19, el número de personas empadronadas aumenta considerablemente en los años posteriores hasta alcanzar las 23.971 personas en 2023.



Gráfico 3. Distribución de la población por unidad poblacional (2023).

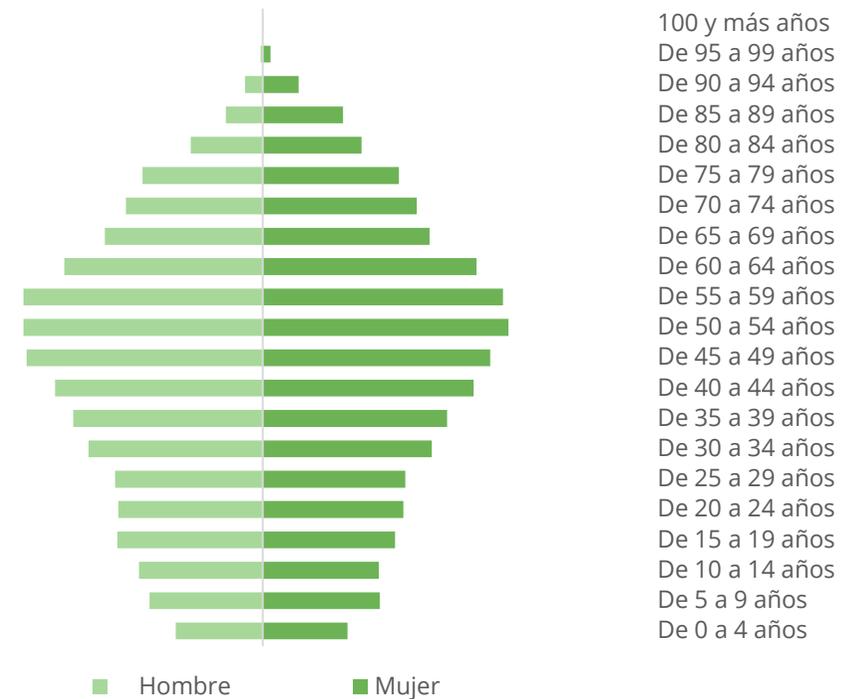


Fuente: INE. Elaboración propia.

La población se distribuye de manera irregular a lo largo del territorio, siendo la capital municipal la unidad poblacional que mayor número de habitantes concentra con 6.966 en 2023, un 29,06% sobre el total del municipio. Le siguen las entidades de La

Mancha, Cueva del Viento y San Felipe. Por otro lado, Las Cañas, La Florida y Fuente La Vega son los núcleos menos poblados concentrando entre los 3, tan solo, un 5,80% de la población total del municipio.

Gráfico 4. Pirámide de población de Icod de los Vinos (2023).



Fuente: INE. Elaboración propia.



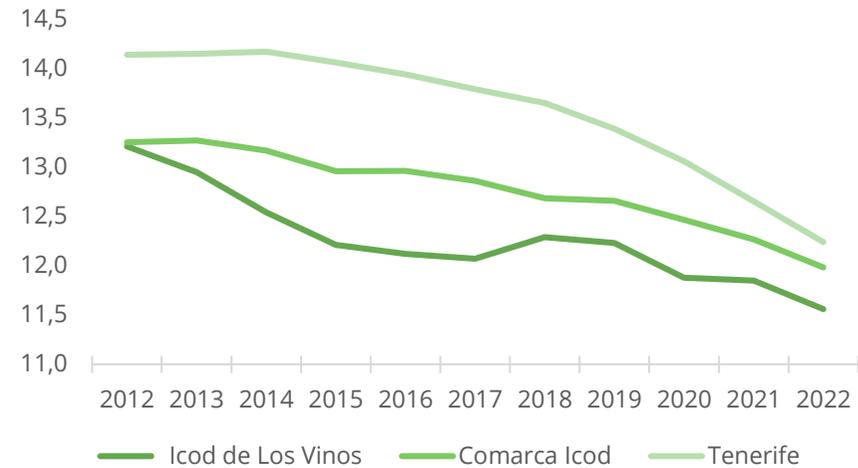
La pirámide poblacional de Icod de los Vinos revela una **distribución por sexos equilibrada**, con una ligera preponderancia femenina, representando las mujeres el 51,01% de la población total.

Esta ligera mayoría femenina se acentúa notablemente a partir de los 60 años, donde el número de mujeres supera al de hombres. Esta disparidad en las edades avanzadas es atribuible a una mayor esperanza de vida entre las mujeres.

Desde una perspectiva etaria, **la pirámide poblacional indica un perfil demográfico envejecido.**

La mayor concentración de habitantes se encuentra en el grupo de edad comprendido entre los 40 y los 60 años. Esta tendencia sugiere un desafío demográfico a largo plazo, ya que una población envejecida puede implicar una futura disminución de la población activa y un aumento de la demanda de servicios sociales y sanitarios específicos para personas mayores.

Gráfico 5. Evolución del índice de juventud (2012 - 2022).



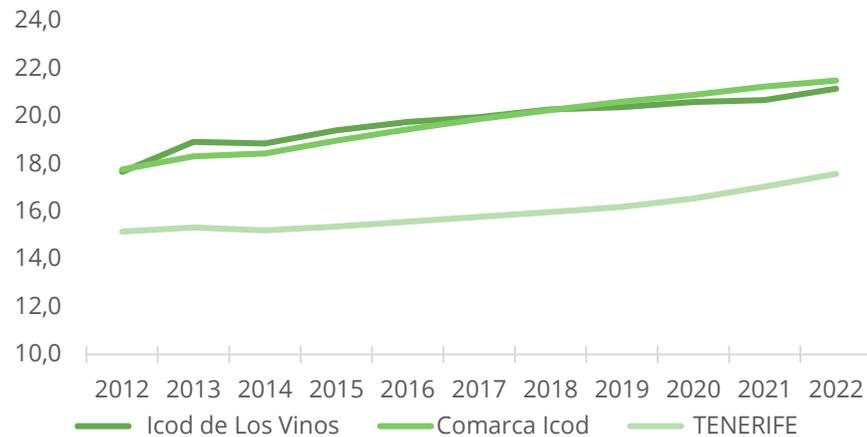
Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

El **índice de juventud de Icod de los Vinos** es inferior al de su comarca y al del conjunto de Tenerife, aunque con una tendencia mucho más irregular que la que presentan estos territorios, donde el índice disminuye paulatinamente.

En el caso del municipio, aunque la tendencia general sea negativa, aparecen algunos picos de crecimiento en los años 2011, 2018 y 2019.



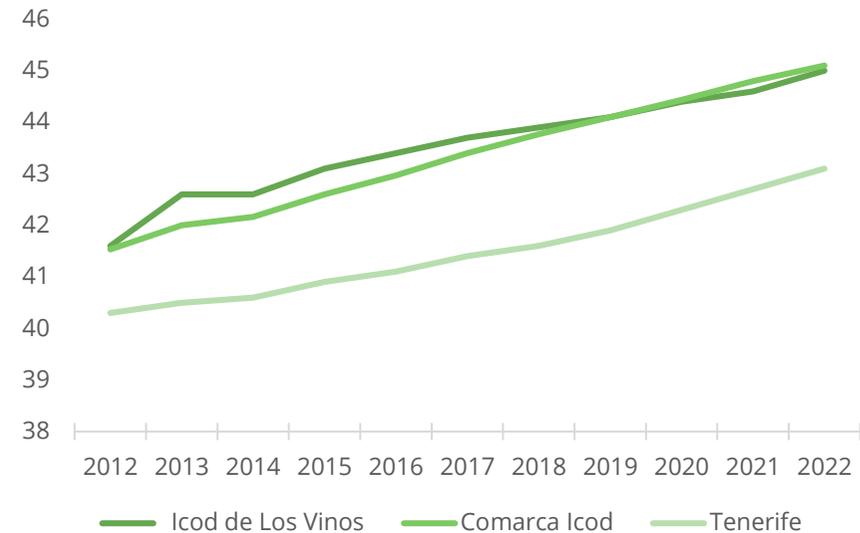
Gráfico 6. Evolución del índice de envejecimiento (2012 - 2022).



Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

El **índice de envejecimiento**, tanto del municipio como de la comarca de Icod es superior al del conjunto de la isla de Tenerife. El número de habitantes por encima de los 65 años se mantiene a lo largo de la serie, unos 3,5 puntos por encima del dato obtenido para el conjunto de la isla. Icod presenta un ligero aumento en el año 2013 lo que lo sitúa por encima de su comarca desde este año hasta el 2017. A partir de ese momento el índice de la Comarca Icod sobrepasa los datos individuales del municipio.

Gráfico 7. Edad media de la población - comparativa (2012 - 2022).

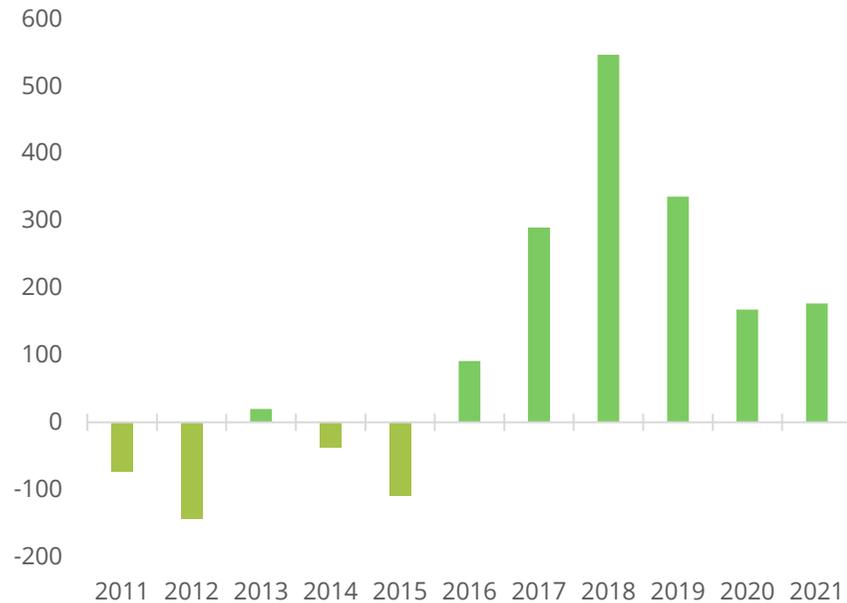


Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

La **edad media de la población del municipio** en 2023 es de 45 años, dato similar al que presenta la Comarca de Icod y hasta dos puntos superior al presentando por el conjunto de la isla. La evolución es ascendente a lo largo de la serie, aumentando un 5% en el transcurso de los últimos 10 años, con lo que se confirma la tasa de envejecimiento.



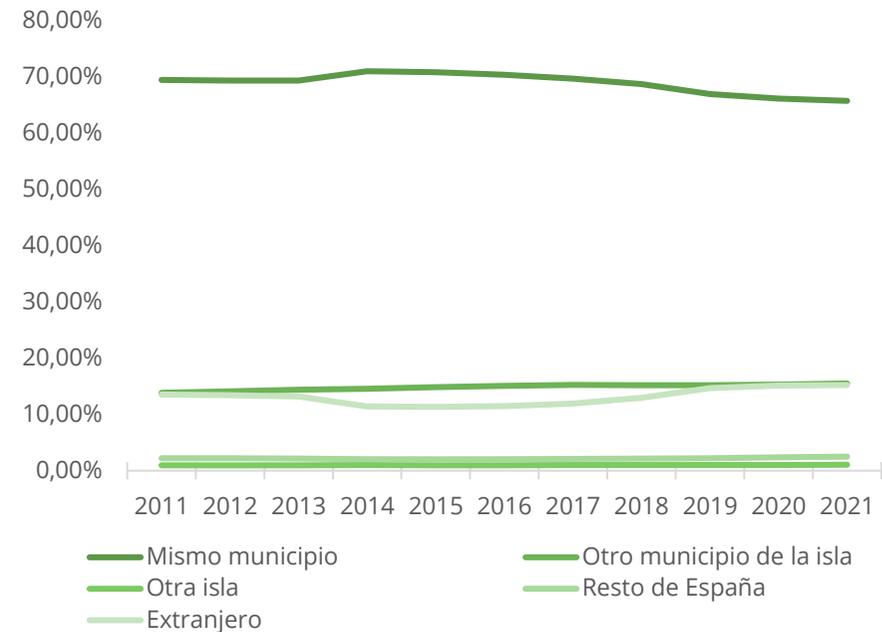
Gráfico 8. Evolución del saldo migratorio (2011 - 2021).



Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

A excepción del año 2013, el **saldo migratorio de Icod de los Vinos** es negativo desde 2012 a 2015. Es en 2012, el año en que un mayor número de habitantes, 144 personas, abandonan el municipio. A partir de 2016, el saldo migratorio es positivo, especialmente en el año 2018 cuando se incorporan 547 personas migrantes a la población del municipio.

Gráfico 9. Evolución de la población según su residencia de origen (Icod de los Vinos, 2011 - 2021).



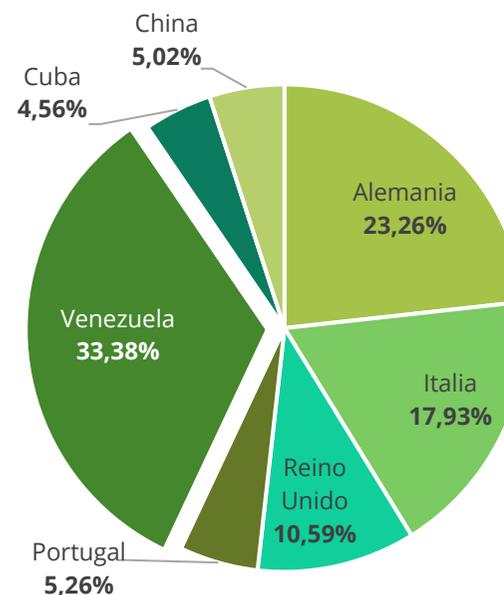
Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

Durante todo el periodo estudiado, **el mayor porcentaje de la población de Icod de los Vinos corresponde a habitantes que proceden del propio municipio**, con alrededor de un 70% hasta el año 2017, a partir de este momento decrece ligeramente hasta alcanzar un 65,73% en 2021.

Respecto al resto de la población según su origen de residencia, los habitantes provenientes de otro municipio y de países extranjeros componen alrededor de un 15% del total, obteniendo datos muy similares a lo largo de toda la serie, a excepción de los años comprendidos entre 2014 y 2017 donde la población proveniente del mismo municipio es ligeramente superior a la extranjera. Los habitantes provenientes del resto de España y de otras islas suponen el porcentaje más bajo del conjunto de la población de Icod, representando alrededor de un 2% y un 1% respectivamente.

Según los últimos datos disponibles en el INE para el año 2022, del total **de la población de Icod de los Vinos, un 7,45% corresponde a personas de origen extranjero**. Aunque este porcentaje ha fluctuado en la última década, ha aumentado un 9,10% respecto del año 2012, lo cual se entiende como consecuencia de aquellas personas extranjeras que en los últimos años se han visto atraídas por las condiciones favorables de Canarias para teletrabajar o vivir sus años de jubilación.

Gráfico 10. Distribución de la población extranjera en Icod de los Vinos, según principales nacionalidades (1 de enero de 2022).

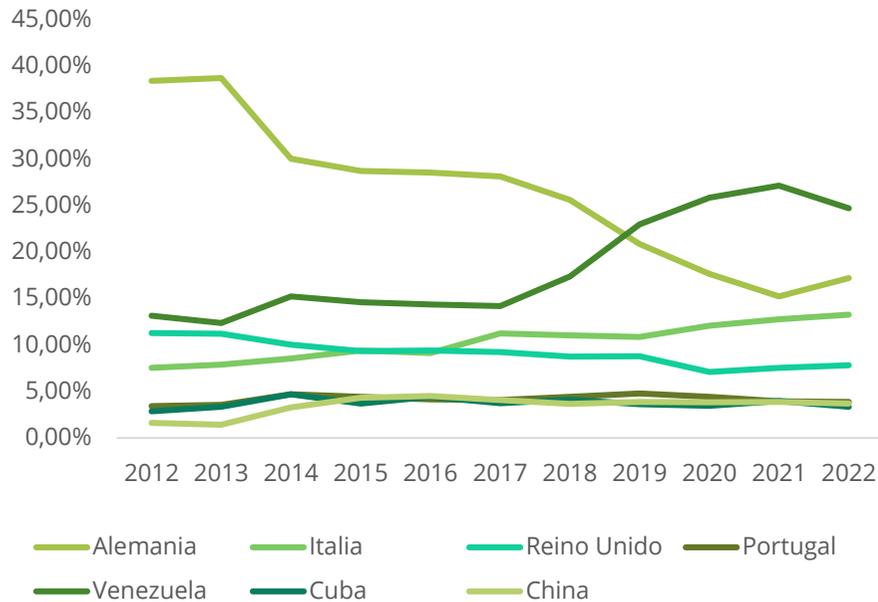


Fuente: INE. Elaboración propia.

La distribución de la población extranjera, como parte de la composición demográfica del municipio, refleja un **entorno multicultural** que no solamente añade valor al tejido social de Icod, sino que también ofrece oportunidades para llevar a cabo un desarrollo más inclusivo y diverso del sector turístico.



Gráfico 11. Evolución de la población extranjera en Icod de los Vinos, según principales nacionalidades (2012-2022).



Fuente: INE. Elaboración propia.

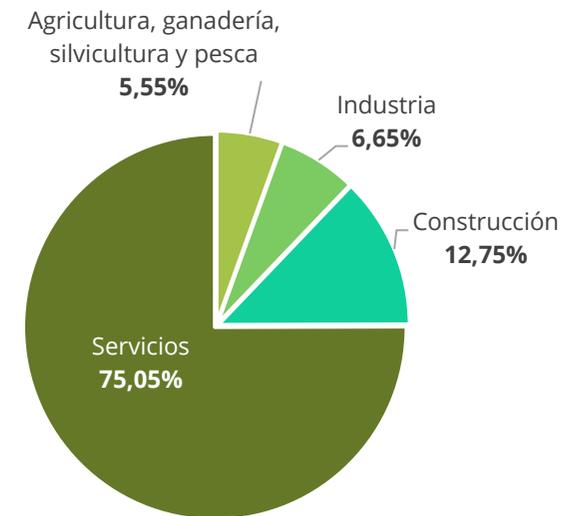
En cuanto a evolución de la mencionada población extranjera de Icod, según las mencionadas nacionalidades, se puede extraer que las personas de origen alemán representaban un porcentaje elevado de la población al principio de la serie. Este porcentaje sin embargo ha decrecido hasta reducirse más de la mitad en los

últimos años, siendo superada por la población con nacionalidad venezolana, que se convierte en la nacionalidad extranjera más representativa del municipio en el año 2022.

2.3.2. Coyuntura económica

Según los datos extraídos del ISTAC, en Icod de los Vinos se registraron un total de 541 empresas en el año 2023.

Gráfico 12. Empresas inscritas en la SS, según principales agregaciones de actividad económica (Icod de los Vinos, 2023).

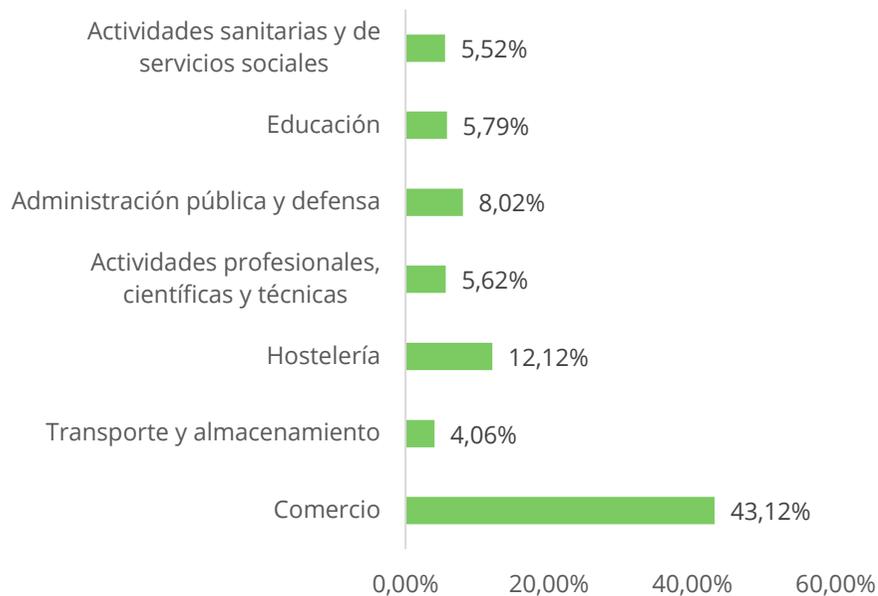


Fuente: INE. Elaboración propia.



Dentro del total de empresas existentes en el municipio, según las principales agregaciones de actividad económica, **el sector servicios es el que mayor peso presenta**. Éste representa tres cuartas partes del total del municipio. El resto de las actividades se reparten entre la construcción, la industria y el sector primario.

Gráfico 13. Principales empresas según actividad dentro del sector servicios (2023).



Fuente: INE. Elaboración propia.

El mayor número de empresas inscritas en la Seguridad Social centran su actividad en el comercio, representando un 43,12%. Seguido por volumen de empresas, se encuentra la hostelería y la administración pública, con un 12,12% y un 8,02% respectivamente. El resto de las empresas, dedicadas al transporte, actividades profesionales, educación y actividades sanitarias representan alrededor de un 5% cada una.

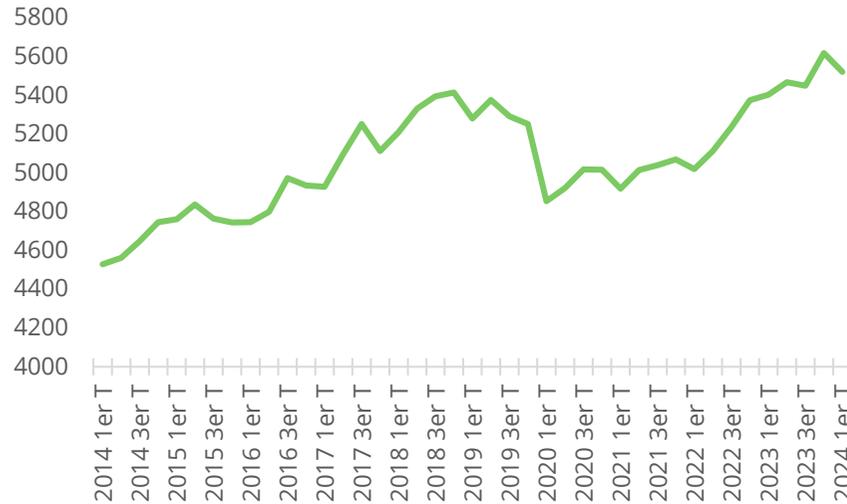
Respecto a las rentas los últimos datos publicados en 2021 por el ISTAC, **en Icod la renta bruta media por persona es de 10.569 euros**. Se debe tener en cuenta que este dato es bastante inferior a la media registrada para el conjunto de la isla de Tenerife, que alcanza los 13.273 euros.

a. Empleo

Según los datos aportados por el ISTAC para el primer trimestre de 2024, **en Icod de los Vinos se han registrado 5.521 personas con empleo**, dato ligeramente superior al registrado el mismo trimestre de 2023 con 5.404 personas.



Gráfico 14. Evolución del empleo registrado por trimestres en Icod de los Vinos (2014 – Primer trimestre de 2024).

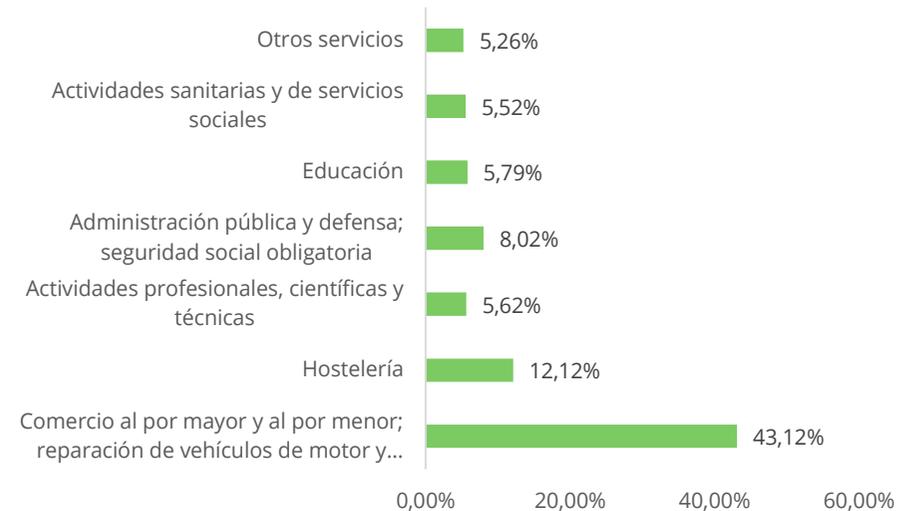


Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

La evolución en los empleos del municipio, pese a presentar ciertos picos de crecimiento y decrecimiento, ha tenido un comportamiento general positivo en comparación con el comienzo de la serie. A partir del primer trimestre del 2020 el empleo sufre una ligera caída que se mantiene hasta el comienzo del año 2022, que se entiende como consecuencia del impacto de la pandemia del Covid-19. Una vez finalizado este periodo, el

número de empleos en el municipio asciende hasta alcanzar en los últimos años los mejores datos de la serie.

Gráfico 15. Empleo registrado en las principales ramas de actividad económica, CNAE-09 (2023).



Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

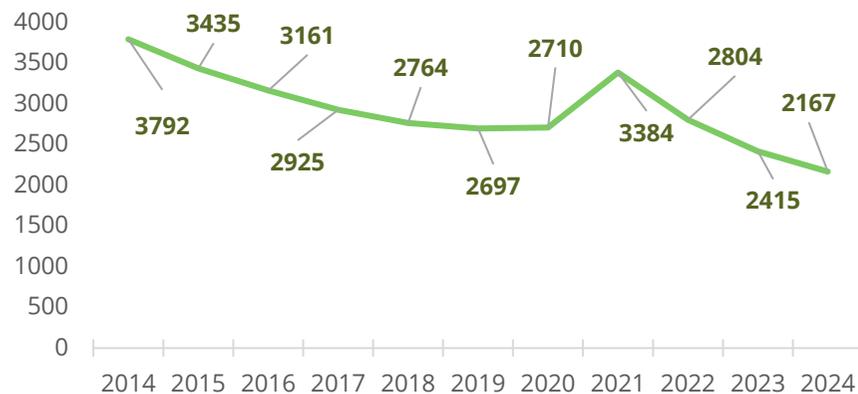
La rama de actividad que más empleo concentra en el municipio es el comercio con 1.764 empleos registrados en 2023, representando un 43,12% del total. La segunda actividad por volumen de empleo registrado es la hostelería, con un 12,12%.



Ambas actividades están relacionadas con el sector servicios, actividad económica principal del municipio. Las actividades sanitarias, educación, administración pública y actividades profesionales cuentan con aproximadamente un 5% de los restantes empleos del municipio.

b. Desempleo

Gráfico 16. Evolución del número de personas en situación de desempleo en Icod de los Vinos, a 1 de enero de cada año (2014 - 2024).

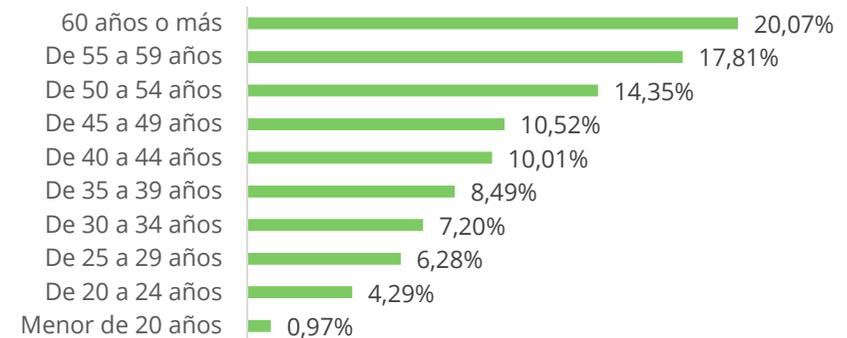


Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

En 2014 el número de parados fue de 3.792 personas, dato más alto de toda la serie. El municipio registra un aumento en el

desempleo en el año 2021 como consecuencia, una vez más, de los efectos de la pandemia del Covid-19. La tendencia general del desempleo en los últimos años es decreciente, **registrando en enero de 2024 el dato más bajo de la serie con 2.167 personas en situación de desempleo**, lo que supone 1.625 personas menos las registradas el mismo mes del año 2014.

Gráfico 17. Distribución de las personas desempleadas en Icod de los Vinos por grupo de edad (1 de enero de 2024).



Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

En cuanto a la evolución del paro registrado en Icod según el grupo de edad de las personas desempleadas, en 2014 las 542 personas del grupo de 45 a 49 años de edad representaban el

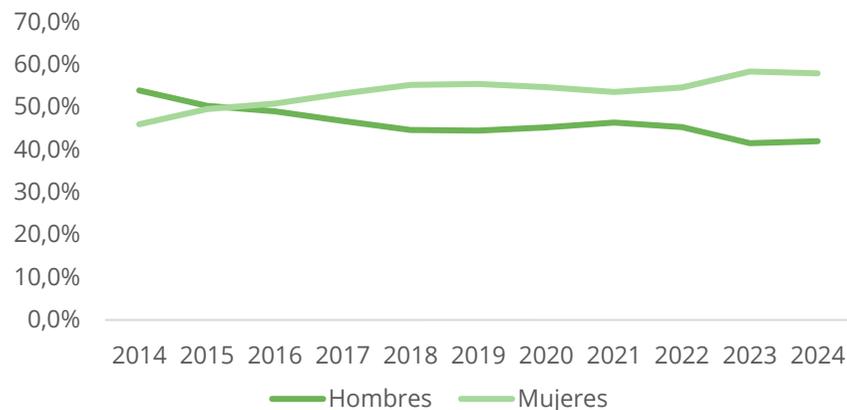


mayor porcentaje (14,29%) de desempleados/as en el municipio. Sin embargo, con el trascurso de los años el número de parados/as ha descendido para este grupo, **actualmente las personas de 60 años o más son el grupo de edad que más desempleados/as agrupa**, habiendo aumentado de un 6,06% en 2014 a un 20,07% en 2024. Actualmente los menores de 25 años registran los valores más bajos de desempleo, con una caída notable en el grupo de edad de entre 20 y 24 años que en 2014 representaban el 7,62% frente al 4,29% de 2024, respecto del total de la población desempleada.

Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

La evolución de las personas paradas según sexos fluctúa a lo largo de los años, si bien el paro en hombres era más elevado al principio de la serie que el registrado por las mujeres, a partir del 2016 esto se invierte para el resto de la serie. Los datos extraídos del ISTAC para enero de 2024, muestran como **el número de mujeres en situación de desempleo es del 57,96% frente al 42,04% de los hombres.**

Gráfico 18. Desempleo en Icod de los Vinos según sexo, a 1 de enero de cada año (2014 - 2024).



2.4. El turismo en Icod de los Vinos

Conocer e identificar detalles concretos sobre la situación actual del turismo en el municipio de Icod de los Vinos es la base para el análisis del contexto turístico.

Al no ser considerado como municipio turístico, se han enfrentado ciertas dificultades para localizar algunos datos concretos del turismo en Icod de los Vinos. Es por ello, por lo que se incluyen algunos datos extraídos del Cabildo de Tenerife



relativos a la zona norte de la isla que hacen referencia, entre otros, al municipio de Icod.

2.4.1. Oferta turística

▪ Conectividad

La conectividad es clave en un territorio donde se pretende desarrollar el turismo, ya que supone un factor determinante a la hora de realizar el desplazamiento hasta/desde el mismo o en la movilidad dentro del propio territorio.

En términos de **movilidad aérea**, Tenerife cuenta con dos aeropuertos principales:

- El Aeropuerto Tenerife Norte-Ciudad de La Laguna (TFN) situado en la ciudad de La Laguna recibió, según datos de AENA, un total de 6.120.550 pasajeros en 2023, lo que supone un incremento del 10% respecto al año anterior.
- El Aeropuerto Internacional de Tenerife Sur-Reina Sofía, situado en el municipio de Granadilla de Abona, recibió 1.219.011

pasajeros lo que supone un incremento del 11,6% respecto al año anterior.

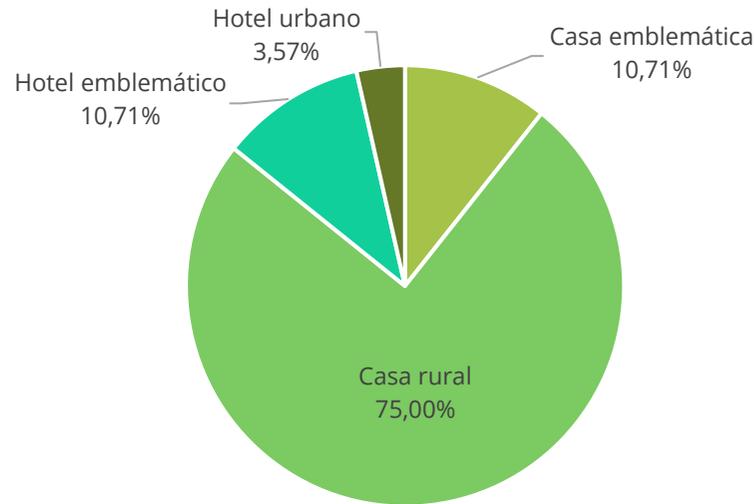
En cuanto a la **movilidad por carrera**, la vía principal que conecta Icod de los Vinos con el resto núcleos poblacionales es la autopista TF-5, que transita por el norte de la isla conectando con el Aeropuerto Norte-Ciudad de La Laguna y con la capital de la isla.

Por otro lado, se encuentra la Carretera de Icod de los Vinos a Armeñime TF-82, que conecta con el sur de la isla. El Cabildo de Tenerife ha invertido en los últimos años en la mejora y rehabilitación de esta vía.

La empresa de Transporte Interurbanos de Tenerife (TITSA), ofrece distintas líneas que conectan el territorio de la isla de Tenerife. TITSA llegó a transportar a más de 69 millones de pasajeros durante el 2023, incrementando un 44% el número de viajeros respecto al año anterior. Icod de los Vinos cuenta con una pequeña estación de Guaguas TITSA en su centro urbano.



Gráfico 19. Distribución de los alojamientos turísticos en Icod de los Vinos (1 de junio de 2024).

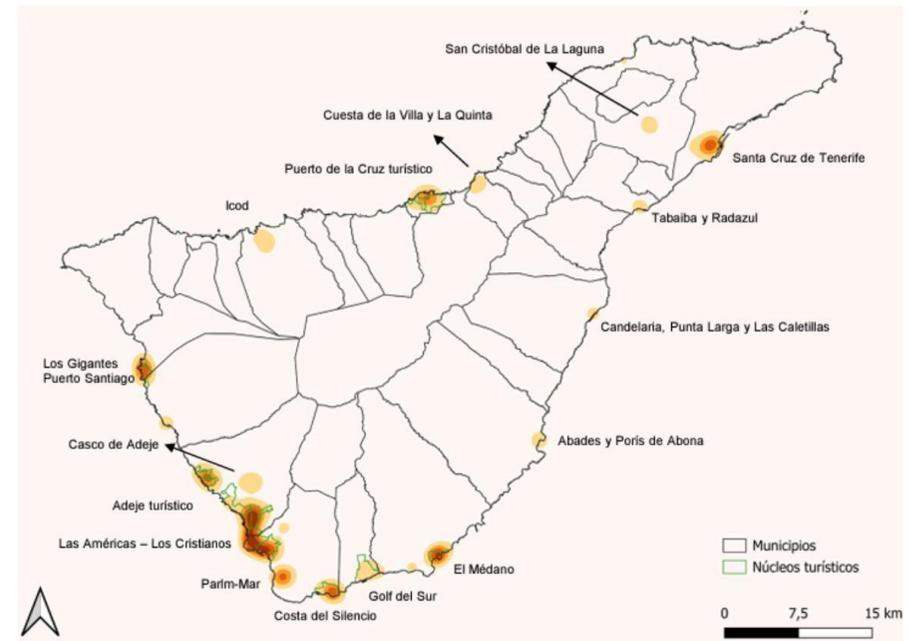


Fuente: Datos Abiertos, Cabildo de Tenerife. Elaboración propia.

Según los datos actualizados el 1 de junio de 2024 de la página web de Datos Abiertos del Cabildo de Tenerife, **el municipio de Icod de los Vinos cuenta con 28 alojamientos turísticos tradicionales** registrados. De dicho total, 24 corresponden a establecimientos extrahoteleros (21 casas rurales y 3 casas emblemáticas) y 4 a establecimientos hoteleros (3 hoteles emblemáticos y 1 hotel urbano).

El total registrado de **plazas alojativas que ofertan estos establecimientos es de 169**, de las cuales, 133 pertenecen a establecimientos extrahoteleros y las restantes 36 se reparten entre los hoteles.

Ilustración 1. Mapa de las zonas con mayor concentración de plazas de vivienda vacacional en Tenerife (1 de enero de 2024).

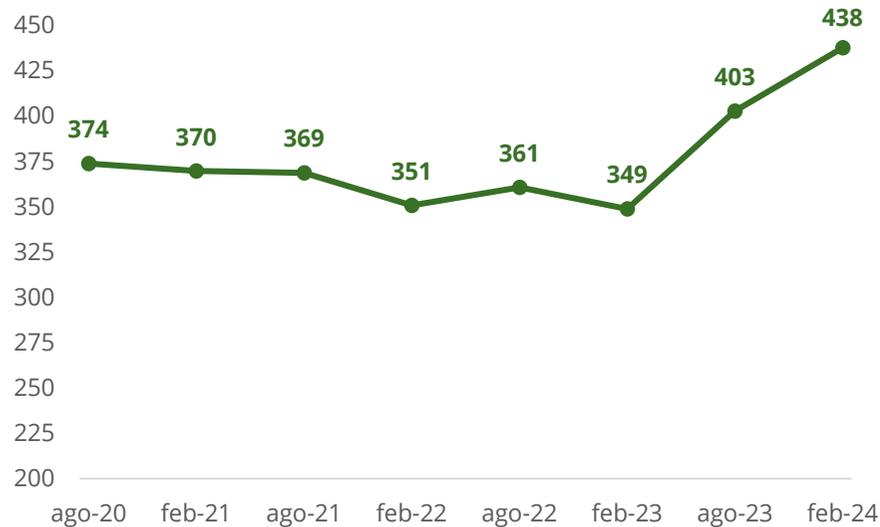


Fuente: 'Distribución y concentración del alojamiento turístico en Canarias', Observatorio Turístico de Canarias.



Como parte importante de la planta alojativa que compone el municipio, se debe tener en cuenta la existencia de la **oferta de vivienda vacacional o de uso turístico**. Este modelo de alojamiento complementa a la oferta alojativa tradicional ya que ha ganado un gran peso a lo largo de los últimos años, sobre todo en entornos rurales alejados de los principales circuitos turísticos como es el caso del municipio de Icod.

Gráfico 20. Evolución de las viviendas de uso turístico registradas en Icod de los Vinos, en agosto y febrero de cada año (2020 – 2024).



Fuente: INE. Elaboración propia.

Según los últimos datos disponibles en el INE para febrero de 2024, en Canarias se registran un total de 46.784 viviendas de uso turístico de las cuales un 38,85% se localizan en Tenerife.

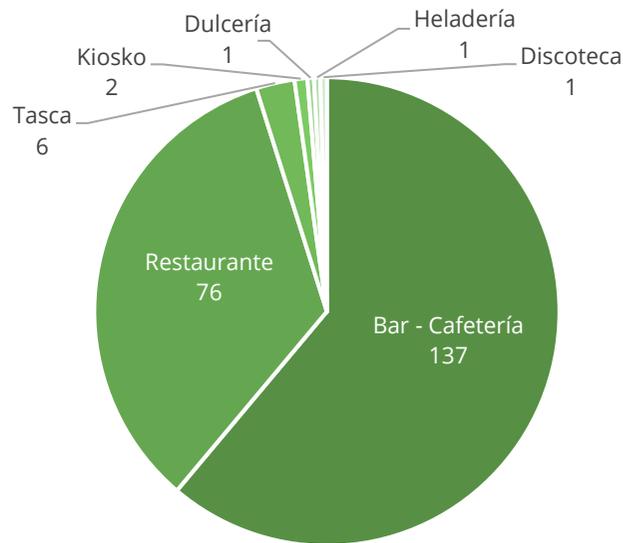
A su vez, en Icod de los Vinos se han registrado **438 viviendas turísticas**, lo que supone un 2,41% del total de la isla. Aunque puede parecer no representativo para el conjunto de la isla sí lo es para el municipio de Icod, ya que **este tipo de alojamiento ofrece un total de 1.654 plazas**.

A finales de 2023 la distribución de las plazas de alojamiento turístico en el archipiélago canario era del 46% en hoteles, 18% en apartamentos y 36% en vivienda vacacional, debido a las características que posee la mayor parte del territorio dedicado al desarrollo de su economía a través del sector turístico. Por el contrario, Icod al no ser un municipio eminentemente turístico no posee una planta hotelera extensa y la **distribución de sus 1.823 plazas de alojamiento turístico registrado** queda de la siguiente manera: **1,97% plazas hoteleras, 7,29% plazas extrahoteleras y 90,73% plazas en vivienda vacacional**.



Es por ello por lo que Icod de los Vinos no sigue esta misma distribución, puesto que la planta alojativa tradicional (hoteles) no es muy extensa, se resume de la

Gráfico 21. Distribución de los establecimientos de restauración de Icod de los Vinos (2023).



Fuente: Datos Abiertos, Cabildo de Tenerife. Elaboración propia.

En Icod de los Vinos se registran un total de **224 establecimientos dedicados a actividades relacionadas con la restauración**, atendiendo a su distribución se aprecia una clara

preponderancia de bares y cafeterías, que constituyen el 61,16%, seguido de los restaurantes, que representan el 33,93%.

Esto sugiere una orientación hacia el servicio de comidas informales y socialización, lo cual representa una oportunidad para diversificar la oferta municipal.

Equipamientos

Icod de los Vinos cuenta con los siguientes equipamientos para uso o de interés turístico en su oferta municipal:

- **Paseo Marítimo de Playa de San Marcos**, ubicado en la avenida principal del pueblo de San Marcos. Cuenta con varios locales de restauración en sus inmediaciones.
- **Mirador de la Cruz Partida**, ubicado en la entidad de La Vega, en la carretera TF-373. Cuenta con asientos y ofrece vistas a la costa norte de la isla de Tenerife.
- **Mercadillo Municipal de Icod de los Vinos**, ubicado en la Plaza de Andrés Lorenzo Cáceres, ofrece productos locales y artesanales cada fin de semana.



- **Teatro Cine Fajardo**, cuenta con una pequeña sala ubicada en la calle Infanta Isabel destinada a la celebración de diferentes eventos culturales.
- **Parque del Drago**, recinto de unas 3 hectáreas que cuenta con una zona de picnic, distintas zonas ajardinadas con plantas autóctonas, una representación de enterramiento de los guanches, tiendas y servicios de hostelería.
Respecto a instalaciones turísticas, actualmente se está trabajando en la finalización de las obras de saneamiento del **Centro de Visitantes del Parque del Drago** que posiblemente finalice a finales de año, como una instalación anexa al Parque del Drago.
- **Plaza de Andrés de Lorenzo-Cáceres**, además de distintas zonas ajardinadas cuenta con La Iglesia de San Marcos, además de ofrecer vistas al emblemático drago milenario.
- **Casa Los Cáceres**, ubicada en pleno centro histórico, este edificio neoclásico dispone de diferentes salas destinadas a la realización de exposiciones artísticas y culturales.

▪ Recursos y atractivos principales

En Icod de los Vinos se identifica una **gran variedad de recursos culturales** de interés turístico relacionados tanto con su legado histórico como con elementos naturales.

El casco histórico de Icod fue declarado como Bien de Interés Cultural en la categoría de “Conjunto Histórico”, al tratarse de un ejemplo de localidad canaria creada y desarrollada a partir del aprovechamiento del campo, conocida históricamente por sus vinos, el ingenio azucarero o el trabajo de la seda. El casco urbano cuenta con diferentes edificios históricos y casas señoriales de gran interés cultural como:

- **Iglesia de San Agustín**, convento más antiguo de Icod de los Vinos. Del conjunto original solo se conserva la actual iglesia, el resto fue modificado para la creación del actual Ayuntamiento de la plaza Luis León Huerta. Cuenta con elementos mudéjar que la dotan de un gran interés histórico y cultural.



- **Convento Franciscano del Espíritu Santo**, declarado como Bien de Interés Cultural (BIC) en 1986, fue iniciado en 1641 lo que le convierte en el segundo convento fundado en Icod. El convento ha experimentado diferentes usos a lo largo de su historia, ya que además de su uso religioso sirvió como cuartel militar, teatro municipal, centro de enseñanza o sede del Ayuntamiento. Hoy en día alberga la biblioteca municipal.
- **Iglesia de San Marcos**, declarada BIC en 2006, su construcción data alrededor del año 1500. Se erigió como consecuencia de la aparición de la imagen de San Marcos Evangelista, la tradición afirma que la imagen fue encontrada por los guanches en la costa antes de la conquista de la isla. Cuenta con tres naves y ocho capillas. Su portada principal representa uno de los mejores ejemplos de estilo tardo-renacentista de Canarias.
- **Ermita de San Antonio Padua**, su fundación data de principios del siglo XVII, impulsada por varios vecinos y vecinas del municipio.
- **Hospital de los Dolores**, fue fundado en 1555 como lugar para atender a los enfermos del municipio que no tuviesen capacidad económica suficiente para costearse servicios sanitarios privados. El edificio se encuentra comunicado con la Iglesia de Nuestra Señora del Patrocinio, que data a finales del siglo XVII y principios de XVIII.
- **Capilla de Nuestra Señora de los Dolores**, fundada a mediados del siglo XVIII se trata de la capilla de fundación privada más importante del archipiélago, conservando elementos de arte barroco y rococó.
- **Ermita del Calvario**, ubicada en la plaza del Calvario, fue construida alrededor de 1750. Su ubicación se encontraba fuera del conjunto urbano y sufrió un incendio que provocó su reconstrucción a principios del siglo XIX. Fue declarada BIC en 2006.
- **Ermita de Nuestra Señora de las Angustias**, data del siglo XVIII y se encuentra en la zona urbana más antigua del casco de Icod. Cuenta con una cría de caimán disecada traída desde la provincia de Tabasco como ejemplo de la fauna local.



- **Ermita de Nuestra Señora del Tránsito**, se trata de una ermita privada construida en 1765.
- **Iglesia Nuestra Señora del Amparo**, tercera ermita construida en el municipio y primera de fundación privada. Construida en 1598 cuenta en su interior con una amplia plaza que mantiene aún los rasgos tradicionales, motivo por el que ha sido considerada BIC.
- **Ermita de Nuestra Señora de Buen Paso**, su construcción data a principios del siglo XVI, declara BIC en el año 2003. La Ermita cuenta con pino en sus proximidades, que según la tradición fue el lugar elegido para la celebración de una misa oficializada por el capellán que en su momento acompañó a las huestes de Alfonso Fernández de Lugo en el año 1496.
- **Casa Lorenzo Cáceres**, ubicada frente a la Plaza de Constitución y construida en el siglo XIX se trata de un importante exponente de la arquitectura neoclásica. En la actualidad la casa acoge algunas dependencias municipales, así como salas de exposición. En esta casa se encuentra la actual Oficina de Información Turística. Próximamente, como

proyecto del Ayuntamiento de Icod de los Vinos, se complementará la oferta que ofrece la oficina con una **sala de exposición** sobre tradiciones del municipio, así como otra sala de reproducción visual con la proyección de un documental sobre la historia de Icod, emitiéndolo en español y subtítulos en inglés.

- **Casa León Huerta**, vivienda del siglo XVIII que conserva vestigios de arquitectura tradicional canaria.
- **Casa Pérez Rijo**, sede y vivienda del inquisidor Manuel Pérez Rijo. Cuenta con uno de los balcones cerrados más antiguos y mejor conservados de la localidad.
- **Casa Tabares**, constituye una de las casas más antiguas de Icod, construidas en el siglo XVII. La casa contaba con un patio empedrado con una pila en el centro, así como un horno de cochinilla, sin embargo, ha sufrido distintas modificaciones a lo largo de los años.
- **Casa Álvarez**, vivienda edificada en la segunda mitad del siglo XVIII, se trata de una imponente vivienda tradicional canaria de dos plantas en forma de L.



- **Casa Marqueses Santa Lucía**, construida a finales del siglo XVIII, cuenta con una organización similar a la de la Casa Lorenzo Cáceres. Fue sede del antiguo Hotel Milán. Cuenta con balcones de hierro forjado, gárgolas de cañón, patio interior y un aljibe, entre otros elementos.
- **Casa Campino**, ubicada en la parte alta de Icod, se trata de una gran casona rural que formaba parte de la hacienda de San Antonio. Conserva gran parte de su valor patrimonial por lo que fue declarada BIC en 2004.
- **Casa de la Inquisición**, como su nombre indica fue sede del tribunal del Santo Oficio en Icod. Construida a finales del siglo XVI y principios del siglo XVII hoy se encuentra bastante deteriorada.
- **Casa Oramas de Saá**, también conocida como Casa de los Reyes debido a la representación de algunos monarcas españoles en la cubierta del zaguán. Hoy en día se destina al uso comercial.
- **Hacienda de El Vizconde de Buen Paso**, construida en 1717, la edificación principal aún conserva su fisonomía original y

elementos característicos de las haciendas vitícolas del municipio. Supone un vestigio del rico patrimonio del municipio.

- **Ayuntamiento**, hoy ocupa el lugar del solar del antiguo convento de San Agustín, el edificio fue construido en los años 50 del siglo XX y cuenta con un estilo neocanario.
- **Hacienda de las Cañas**, aunque la construcción actual date del 1942, su origen se remonta al siglo XVI. Se trata de una de las haciendas vitícolas más relevantes de Icod, en la actualidad los terrenos colindantes se emplean para el cultivo de plátano.
- **Hacienda Alzola**, se encuentra dentro del ámbito de protección del Conjunto Histórico de Icod de los Vinos, en el pasado esta hacienda se encontraban en la zona de regadío compuesta por los valles de Las Cañas, Las Granaderas y San Felipe.
- **Casa de los Marqueses de Santa Lucía**, construida a principios del siglo XIX cuenta con una fisonomía neoclásica y representa la arquitectura tradicional del municipio. En la actualidad está destinada a la hostelería.



- **Hacienda Boquín**, construcción del siglo XVII que conserva elementos de la arquitectura tradicional canaria como balcones de madera, mampostería y tejas. Se encuentra incluida en el Paisaje Natural Protegido Acanilados de la Culata.
- **Casa Hernández Martínez de la Peña**, también llamada Casa del Drago, fue adquirida por el Ayuntamiento en 1916 y fue declarada Monumento Nacional en 1917, ya que supone un buen exponente de la arquitectura tradicional del municipio.
- **Parque de Andrés de Lorenzo Cáceres**, se trata del principal punto de encuentro de Icod de los Vinos, acoge varias celebraciones. En este parque se localiza la Iglesia Parroquial de San Marcos y destaca por sus ricos jardines con diferentes especies exóticas de diversas partes del mundo.
- **Plaza de la Constitución**, se encuentra rodeada de las casonas de las principales familias nobles que vivieron en el municipio entre los siglos XVI y XVII, cuenta con una fuente en la zona central.

- **Plaza Luis de León Huerta**, la plaza alberga el Ayuntamiento y la Iglesia de San Agustín. En su escalera principal cuenta con cuatro esculturas que constituyen el conjunto escultórico de las Cuatro Estaciones.

La oferta cultural del municipio se completa con una serie de **fiestas y tradiciones** que se celebran a lo largo del año, donde destacan los **Carnavales, El diablo y la diabla, Hachitos de San Juan, la Romería del Poleo y Tajaraste, Semana Santa, Las Tablas de San Andrés.**

El municipio cuenta con los siguientes **recursos naturales**:

- **Playa de San Marcos**, con una longitud de unos 160 metros y una anchura de 40 metros, esta playa de arena negra es bastante tranquila ya que se encuentra resguardada del oleaje. Cuenta con acceso para discapacitados y servicios como duchas, aseos, servicio de limpieza y restaurantes.
- **Playa Monis**, cuenta con longitud de 130 metros y una anchura de 42 metros y está compuesta por arena y cantos. Solo se puede acceder a pie, se encuentra expuesta al oleaje.



- **Monumentos naturales del Teide y Corona forestal**, el municipio cuenta con unas vistas privilegiadas del Parque Nacional del Teide y de la mayor superficie de masa forestal de la isla.
- **Cueva del viento**, se trata del tubo volcánico más largo de Europa y el quinto del mundo, originado tras la erupción de Pico Viejo. Esta red laberíntica tiene una longitud de unos 18 kilómetros y toma su nombre debido a las corrientes de aires que se producen en su interior. Presenta una gran cantidad de estructuras volcánicas y posee una gran riqueza de fauna.
- **Cueva de los Guanches**, lugar de interés arqueológico donde se pueden encontrar restos de enterramientos y construcciones artificiales asociadas a la actividad pastoril de los antiguos aborígenes canarios. Fue declarado BIC dentro de la categoría de Zona Arqueológica en 2005.
- **El Drago**, más conocido como Drago Milenario, se trata de un ejemplar de *Dracaena Draco* de unos 21 metros de altura y un perímetro de 17 metros al que se le atribuye una edad aproximada de 1000 años. Se considera el ejemplar de drago

más grande y longevo conocido en el mundo. Se encuentra ubicado en el Parque del Drago y supone el símbolo del municipio, así como unas de las señas de identidad de la isla de Tenerife.

Ligados a estos recursos naturales y culturales, Icod cuenta con varias **rutas y senderos repartidos a lo largo de la superficie del municipio**. Se enumeran a continuación alguno de ellos:

- **'La Gran Ruta'**, se trata de una ruta de dificultad alta de unos 30 kilómetros de distancia, que parte desde los altos de Icod, a unos 1300 metros sobre la altitud del mar, hasta la Playa de San Marcos. El sendero permite la observación de diferentes puntos de interés etnográfico, arqueológico, natural y cultural.
- **Ruta Rural 'La Airosa'**, es un sendero de 3,63 kilómetros y dificultad alta que transcurre en la zona recreativa de la Airosa.
- **Sendero 'Los Barrios Altos de Icod'**, se trata de una ruta transversal que discurre por los altos de Icod cuyo recorrido,



de 11 kilómetros, transita entre las zonas boscosas del municipio y por diferentes áreas rurales. Cuenta con un desnivel de unos 241 metros y está considerada de alta dificultad.

- **Ruta Costera 'Accesible'**, sendero de dificultad baja de 1 kilómetro de distancia desde el cual se pueden observar distintos lugares de interés como haciendas, plataneras y la costa.
- **Ruta Interior 'Parque el Drago'**, itinerario eco-cultural que discurre por las inmediaciones del Drago Milenario, recorre el casco histórico del municipio con el objetivo de conocer más acerca de su arquitectura, cultura y tradiciones. La ruta se realiza al visitar el Parque del Drago y cuenta con una dificultad baja.
- **Ruta 'Boquín'**, sendero de dificultad moderada que comienza cerca de la Plaza de San Marcos, ascendiendo por el Camino Boquín hasta alcanzar su punto más alto en el Camino de los Pajares. Se trata de una ruta circular que permite descubrir

distintos puntos de interés naturales, etnográficos y culturales.

El Ayuntamiento de Icod de los Vinos, plenamente consciente del potencial con el que cuenta para impulsar el turismo de naturaleza y senderismo, está trabajando para impulsar proyectos relacionados con este tipo de turismo. Actualmente, en la web de Icodtesa se recogen los senderos del municipio, y el ayuntamiento aspira a comenzar a trabajar para su homologación. En el pasado, el sendero PR TF-42 (Los altos de Icod) disponía de homologación, pero se perdió como consecuencia de la falta de mantenimiento.

El cicloturismo también se encuentra en el foco del trabajo del Ayuntamiento. A través de "Cycling Friendly - Cycling Holiday Planner", los ciclistas pueden acceder a las mejores rutas por Icod de los Vinos para la práctica del ciclismo, dando la opción de descargar el mapa y poder acceder al nivel de dificultad y número de kilómetros de las diferentes rutas. La herramienta muestra un total de 10 rutas posibles para realizar la actividad.



Ilustración 2. Rutas de ciclismo en Icod (Cycling Friendly)



Fuente: Cycling Friendly Cycling Holiday Planner

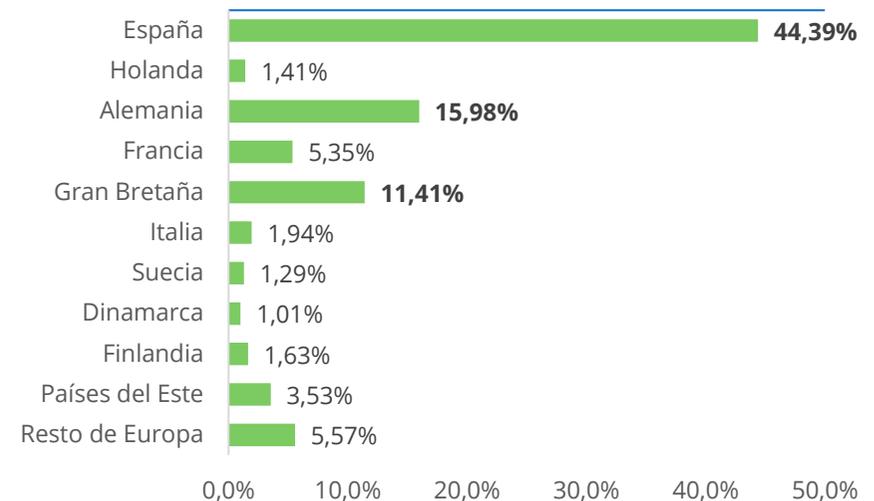
○ Seguridad

En el año 2023, la policía local del municipio dejaba de realizar servicios extraordinarios para cubrir la escasez de agentes en un municipio con una población de más de 23.000 personas y numerosos turistas.

Sin embargo, en el año 2024 el Ayuntamiento incorporó 9 agentes a la Policía Local, con el objetivo de mejorar la seguridad en el municipio.

2.4.2. Demanda turística

Gráfico 22. Principales nacionalidades de los turistas que visitan el norte de Tenerife (2023).



Fuente: Datos Abiertos, Cabildo de Tenerife. Elaboración propia.

La evaluación de los datos turísticos correspondientes al año 2023 en el norte de la isla de Tenerife revela que el turismo de



interior representa la mayor proporción de visitantes, constituyendo un 44,39% del total. Este predominio subraya la importancia del turismo nacional, que sigue siendo el segmento más significativo para la región, impulsado por la proximidad geográfica y la preferencia por destinos nacionales entre los residentes en España.

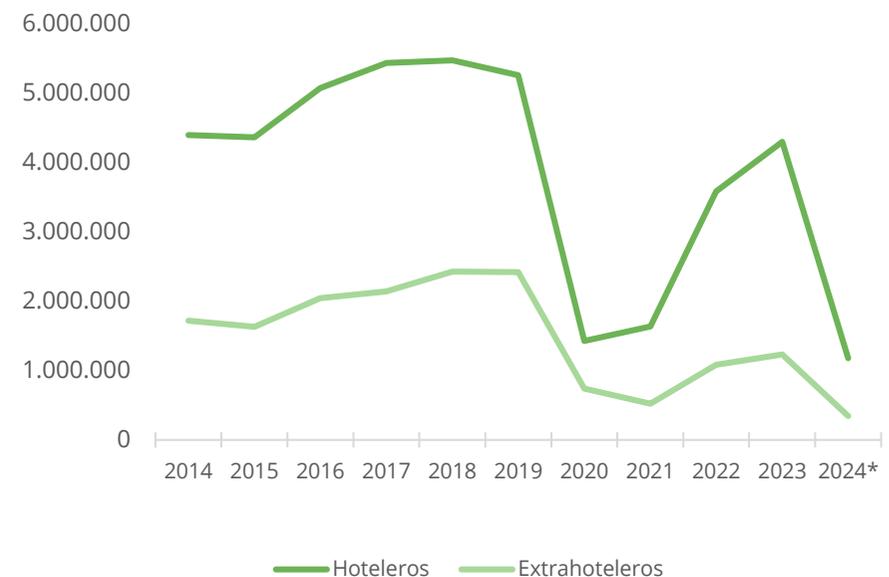
En segundo lugar, **los turistas alemanes constituyen el 15,98%** del total de visitantes. Este porcentaje refleja la continua atracción que Tenerife ejerce sobre el mercado alemán, conocido por su interés en destinos con una combinación de naturaleza, cultura y buen clima, factores que el norte de la isla ofrece en abundancia.

Los turistas ingleses representan el 11,41% de los visitantes, posicionándose en tercer lugar. La presencia significativa del turismo británico destaca la relevancia de mantener y fortalecer los lazos con el mercado del Reino Unido, conocido por su lealtad y alto gasto turístico.

Estos resultados indican la necesidad de estrategias de marketing y desarrollo turístico que continúen atendiendo a estos mercados

clave, optimizando la oferta turística para satisfacer sus expectativas y consolidando la posición del norte de Tenerife como un destino de elección tanto para turistas nacionales como internacionales.

Gráfico 23. Pernoctaciones en el norte de Tenerife según tipo de establecimiento alojativo (2014 - 1er. cuatrimestre de 2024*).



Fuente: Datos Abiertos, Cabildo de Tenerife. Elaboración propia.



Las pernoctaciones en el norte de la isla siguen una evolución positiva al comienzo de la serie. Éstas aumentan a partir del año 2015, estabilizándose a partir del año 2017 en el caso de los establecimientos hoteleros y a partir del año 2018 en el caso de los extrahoteleros.

Ambas modalidades alojativas sufren el impacto de la pandemia del Covid-19, registrando un descenso acentuado en los años 2020 y 2021. A partir del año 2022 el número de pernoctaciones se estabiliza, especialmente en el caso de los establecimientos hoteleros, pero sin alcanzar los picos registrados en los años anteriores.

Los datos disponibles para el primer cuatrimestre de 2024 muestran que **tanto las pernoctaciones en alojamientos hoteleros como extrahoteleros es superior a la registrada en el mismo periodo del año 2023**, mostrando una mejoría en los datos turísticos para el norte de Tenerife.

2.4.3. Información recopilada oficina de turismo

Desde abril de 2024, la Oficina de Información Turística de Icod de los Vinos recopila información de los visitantes que realizan rutas, acuden a la oficina y visitan el Parque del Drago.

En relación con los perfiles que realizan las rutas, con dos horarios disponibles a las 11 de la mañana y a las 12 y media, la ruta de las 11 de la mañana tuvo en abril un total de 190 visitantes frente a 75 visitantes que realizaron la ruta a las 12 y media. En mayo, la primera ruta obtuvo 154 visitantes y la segunda 79. Esto hace un total de 265 visitantes en abril y de 233 en mayo. En cuanto a su nacionalidad, el total de visitantes en ambas rutas eran **españoles**. No obstante, en mayo, aunque la mayoría fueron españoles, hubo dos visitantes franceses. Esto sugiere que las rutas tienen más auge en el turismo local o nacional, y que se podrían explorar oportunidades para atraer a más turistas internacionales.

40

Tabla 1. Estadísticas visitantes OIT Icod de los Vinos Junio-Septiembre 2024

PAIS	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Total	Total %
España	623	962	920	712	3.217	84,04%
Reino Unido	18	23	5	40	86	2,25%
Alemania	48	49	30	14	141	3,68%
Francia	80	38	71	51	240	6,27%
Italia	13	14	2	10	39	1,02%
Benelux	15	-	5	17	37	0,97%
Países Nórdicos	-	-	5	4	9	0,24%
Rusia	-	3	-	3	6	0,16%
Países del Este	25	2	24	-	51	1,33%
Resto de Europa	-	2	-	-	2	0,05%
América del Norte	-	-	-	-	-	0,00%
América del Sur	-	-	-	-	-	0,00%
Otros Países	-	-	-	-	-	0,00%
TOTAL	822	1.093	1.062	851	3.828	100,00%

Durante los meses de verano, la oficina de turismo recibió un total de 3.828 visitantes. El **mes más activo fue julio**, con 1093 visitantes, seguido de agosto con 1.062. Junio y septiembre tuvieron cifras más bajas, con 822 y 851 respectivamente.

La mayoría de los visitantes provienen de España, con un 84% del total (3.217 personas), lo que confirma que **predomina el turismo nacional**. Los siguientes grupos más grandes vinieron

de Francia (6,27%), Alemania (3,68%) y Reino Unido (2,25%). Otros países europeos como Italia, los países nórdicos y del este tuvieron una presencia mucho más reducida, mientras que América del Norte y América del Sur no registraron visitas.

El turismo español es el que más visita la oficina de turismo, con un flujo constante a lo largo del verano. **Francia y Alemania representan una parte significativa del turismo internacional**, pero con porcentajes muy por debajo del turismo español.

41

Tabla 2. Estadísticas visitantes Parque del Drago Julio-Septiembre 2024

PAIS	Julio	Agosto	Septiembre	Total	Total %
España	2.446	3.121	2.240	7.807	48,52%
Reino Unido	236	294	321	851	5,29%
Alemania	514	654	787	1.955	12,15%
Francia	215	363	342	920	5,72%
Italia	236	410	512	1.158	7,20%
Benelux	160	210	224	594	3,69%
Países Nórdicos	65	109	231	405	2,52%
Rusia	66	74	60	200	1,24%
Países del Este	544	701	624	1.869	11,62%
Resto de Europa	25	65	78	168	1,04%
América del Norte	20	24	17	61	0,38%

PAIS	Julio	Agosto	Septiembre	Total	Total %
América del Sur	9	11	5	25	0,16%
Otros Países	22	24	31	77	0,48%
TOTAL	4.558	6.060	5.472	16.090	100,00%

El parque recibió un total de 16.090 visitantes durante los meses de verano. Agosto fue el mes con mayor afluencia, con 6.060 visitantes, seguido de julio (4.558) y septiembre (5.472).

Al igual que en la oficina de turismo, la mayoría de los visitantes eran españoles (48,52% del total). Sin embargo, hubo una mayor diversidad de turistas internacionales en el parque en comparación con la oficina de turismo. El 12,15% de los visitantes vinieron de Alemania, seguido por turistas de Francia (5,72%), Italia (7,20%), y Reino Unido (5,29%). Se identifica que Alemania y Francia juegan un rol importante en el turismo internacional que visita Icod de los Vinos.

Se observa que los **meses con mayores picos son los meses de verano**, en julio y agosto.

Todos estos datos recopilados sugieren que el turismo en Icod tiene una **base nacional sólida**, identificando que hay

oportunidades para expandir el alcance hacia visitantes internacionales, especialmente en el contexto de las rutas turísticas que tienen menos atracción internacional que el Parque del Drago

2.4.4. Alianzas para la gestión del destino

La colaboración entre diversos actores del sector turístico, así como entre las administraciones públicas de territorios con características similares, permite unir esfuerzos y recursos para lograr un objetivo común hacia el desarrollo sostenible del turismo.



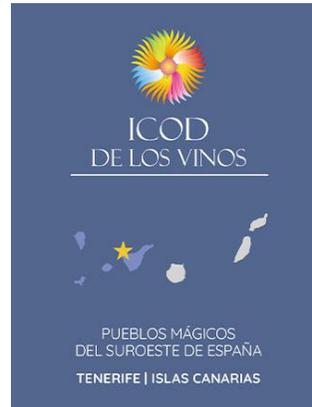
La Federación Canaria de Municipios (FECAM) es una asociación, sin ánimo de lucro a la que se pueden adherir libremente aquellos municipios del entorno de Canarias que así lo deseen.

Entre sus objetivos se encuentra la defensa, protección y promoción de los intereses comunes de los municipios canarios.



Desde la asociación se lleva a cabo la regulación de la vivienda de uso turístico y la coordinación para la definición de los Municipios Turísticos.

Icod de los Vinos contempla la insignia de **Pueblos Mágicos de España**, organización sin ánimo de lucro centrada en impulsar el desarrollo turístico y territorial de sus municipios adheridos. Se trata de un sello de calidad otorgada a municipios por su singularidad y por considerarse como mágicos.



A través de rutas temáticas y eventos y ofreciendo una aplicación móvil, permite planificar viajes y votar por el pueblo favorito.

Dentro de la página web, describen al municipio, explicando sus lugares mágicos y recursos para visitar. Ofrecen una galería de imágenes, mapa y acceso a la web del Ayuntamiento de Icod y a la web de turismo. Asimismo, cuenta con un vídeo promocional de YouTube.

2.4.5. Promoción y comercialización

La promoción turística implica difundir información sobre un destino mediante diversas acciones, tanto en línea como fuera de línea, con el objetivo de dar a conocer sus atractivos. Para lograrlo, es fundamental definir el público objetivo y los objetivos de comunicación, así como los medios y canales a través de los cuales se llevará a cabo la promoción y difusión del destino.

En el archipiélago de las Islas Canarias, existe un **Plan de Marketing Estratégico 2018-2022** para la marca turística Islas Canarias. Sus principales objetivos son:

- ✓ Articular una estrategia de marketing turístico dentro de su ámbito de competencia, utilizando sus propios recursos y herramientas.
- ✓ Establecer un marco estratégico adecuado para el desarrollo y fortalecimiento del archipiélago como destino turístico, contribuyendo a un modelo competitivo y sostenible.
- ✓ Involucrar a todos los agentes turísticos, institucionales y económicos en la estrategia de marketing, con el fin de alinear

esfuerzos y mejorar la eficacia del sistema mediante la cooperación.

A nivel insular, Turismo de Tenerife cuenta con un **Plan de Marketing y Comunicación** llamado 'Tenerife despierta emociones', que recoge toda la oferta turística de la isla incluida la disponible en Icod de los Vinos.

En cuanto a la relación de trabajo y los roles de los agentes implicados en la promoción y comercialización turística del destino:

- El Gobierno de Canarias, a través de **PROMOTUR**, establece las líneas estratégicas para la promoción del sector.
- El Cabildo de Tenerife, mediante **Turismo de Tenerife**, busca y atrae nuevos segmentos de demanda, crea productos turísticos y gestiona la movilidad y conectividad aérea.

- Desde el Ayuntamiento, la misión es garantizar que la promoción esté alineada con los servicios ofrecidos, asegurando las mejores condiciones para el municipio.

[Web de turismo de las Islas Canarias](#)



[Web de turismo de Tenerife](#)



[Web de turismo de Icod de los Vinos](#)



Ayuntamiento de
Icod de los Vinos

a. Acciones en origen:

La organización de la presencia en ferias y congresos, con el objetivo de promover la imagen del destino en los países de

origen de los viajeros, está a cargo del Gobierno de Canarias a través de Promotur.

Actualmente, Icod acude a la **Feria Internacional de Turismo (FITUR)** que se lleva a cabo en Madrid de manera anual.

b. Comunicación de destino

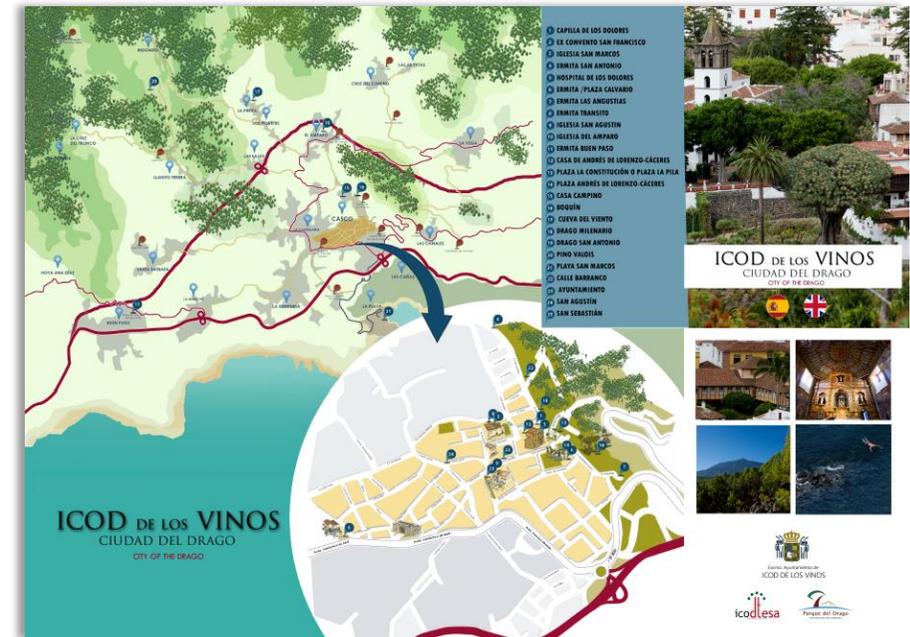
Cuando el turista llega al destino, es esencial brindarle apoyo durante su estancia, asegurándole acceso a toda la información relevante sobre los diversos recursos y productos disponibles. Para ello, Icod de los Vinos dispone de una oficina de información turística en la Plaza Luis León Huerta.

Desde el Ayuntamiento y el Área de Turismo de Icod de los Vinos se informa que se están realizando acciones de promoción del municipio en el aeropuerto de la isla y a través de la revista Binter, además, se está trabajando en la realización de un folleto turístico en español y en inglés.

Asimismo, lanzaron un folleto turístico con información específica de los recursos disponibles en el municipio. Además, el folleto

viene acompañado de un mapa en el que se pueden localizar cada recurso mediante una referencia numérica.

Ilustración 3. Folleto turístico Icod de los Vinos





3. Conclusiones análisis de contexto

El análisis estadístico revela que el municipio ha tenido un **crecimiento poblacional positivo** en los últimos años, con una población por lo general envejecida.

La **economía del municipio se basa principalmente en el sector servicios**, especialmente en la hostelería y el comercio. Estas actividades económicas son fundamentales para el sustento y desarrollo local, y su crecimiento puede estar intrínsecamente vinculado a una estrategia turística bien estructurada.

Referente al turismo, en Icod de los Vinos, la mayor parte de los turistas provienen del resto de España, Alemania y Reino Unido. Aunque la pandemia de COVID-19 tuvo un impacto negativo significativo en este sector, en los últimos años se observa una recuperación del mismo, alcanzando e incluso superando los datos de años anteriores.

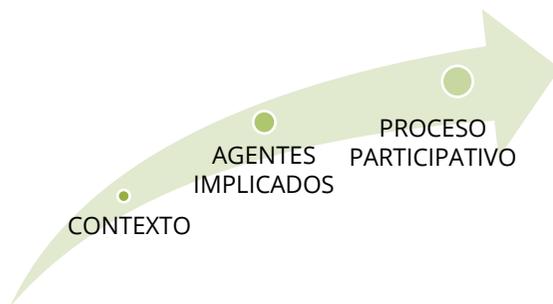
El municipio cuenta con una **oferta bastante amplia de recursos históricos, culturales y naturales**, que se complementa con una oferta de restauración importante. Otro aspecto crucial de la oferta turística de Icod es el gran peso que tiene la vivienda vacacional dentro de la planta alojativa del municipio, ya que esta opción de alojamiento juega un papel fundamental en la diversificación de la oferta y en la atracción de diferentes segmentos de mercado.

Icod de los Vinos enfrenta ciertas desventajas en comparación con destinos continentales. Debido a su naturaleza insular puede limitar la conectividad y el acceso, por lo que es esencial que las condiciones de movilidad, tanto en términos de servicios como de infraestructuras, sean óptimas.



4. Proceso participativo

Con el objetivo de definir la hoja de ruta concreta que permita la dinamización turística del territorio, se ha diseñado y desarrollado un **proceso participativo**.



Entre las acciones previstas para el diagnóstico, además del análisis de contexto expuesto en el apartado anterior, se han

propuesto tres acciones diferenciadas como metodología de validación para los datos obtenidos en la elaboración documental del contexto y de aporte de nuevos enfoques: **(1) encuesta online, (9) entrevistas en profundidad y (2) sesiones de trabajo**.

El objetivo de esta fase de diagnóstico participativo ha sido identificar los asuntos más relevantes y que determinen las

expectativas de los actores turísticos sobre las actuaciones a realizar para la dinamización del sector y los proyectos que se puedan desarrollar.

El tiempo para el desarrollo del proceso participativo, quedó definido dentro del siguiente **cronograma de actuaciones**:

Acción:	ENCUESTA	ENTREVISTAS	SESIONES
Tiempo de desarrollo:	Agosto, septiembre y octubre	Septiembre y octubre	26 de septiembre

4.1. Mapa de actores - Análisis grupos de interés

Para la ejecución de las acciones, de las cuales se compone el proceso participativo, se identificaron aquellos agentes que se consideran necesarios. A su vez, éstos se trasladaron a un mapa de actores organizado como una **base de datos**, en la que dichos actores han sido priorizados en base a su interés para el desarrollo turístico del municipio.

NIVELES I + II	NIVEL III
Administración Pública	
Local	Grupo de Gobierno del Ayuntamiento de Icod de los Vinos
	Técnicos/as del Ayuntamiento de Icod de los Vinos
	ICODTESA – Empresa Municipal de Desarrollo Económico, Empleo, Turismo y Ocio
	Grupo de oposición
Insular	Cabildo de Tenerife
	Turismo de Tenerife
Regional	Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias
	PROMOTUR, Promoción Turística de Canarias
	PROEXCA, Sociedad Canaria de Fomento Económico
Nacional	Ministerio de Turismo
	SEGITTUR, Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas
	ICTE, Instituto para la Calidad Turística Española
Federaciones y Asociaciones	
Públicas	FECAM, Federación Canaria de Municipios
Privadas	EXCELTUR, Alianza para la Excelencia Turística

NIVELES I + II	NIVEL III
	ASHOTEL, Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro
	FIT CANARIAS, Factoría de Innovación Turística
Empresas locales	
Según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas en el municipio de ICOD DE LOS VINOS están registradas 1.296 empresas, de las cuales 540 pertenecen al comercio, transporte y hostelería (INE, 2023).	
<i>Comercio</i>	
<i>Transporte</i>	
<i>Hostelería</i>	
Demanda Turística	
Turistas	Turistas en la Comarca de Icod-Daute-Isla Baja
	Turistas en Icod de los Vinos
Excursionistas	Excursionistas en la Comarca de Icod-Daute-Isla Baja
	Excursionistas en Icod de los Vinos



4.2. Encuesta

El objetivo de esta consulta ha sido, por un lado, el **fomento de la participación de la población local** en el plan estratégico y, por otro lado, la **identificación de necesidades y puntos fuertes** que complementen el diagnóstico documental.

4.2.1. Cuestionario

Para su ejecución, se ha realizado un **cuestionario online** como método rápido, masivo y efectivo, dirigido a una muestra de la población. Este cuestionario se ha confeccionado por medio de la herramienta **Formularios de Google** y ha sido publicado en la página web oficial del Ayuntamiento de Icod de los Vinos.

Para llevar a cabo la convocatoria, el Ayuntamiento realizó una comunicación dirigida a los/as ciudadanos/as del municipio, en forma de **nota de prensa**.

Ilustración 4. Difusión de cuestionario en página web del Ayuntamiento

Participa en el cuestionario online sobre el turismo en Icod de los Vinos

27 agosto, 2024 | Actualidad, Anuncio municipal, Turismo



El Ayuntamiento de Icod de los Vinos e Icodtesa están desarrollando el Plan Estratégico de Turismo con el que busca obtener un diagnóstico del estado general del turismo del municipio, conocer las necesidades de los diferentes actores económicos, así como las expectativas de actuación con respecto a la administración pública. Para lograrlo, promovemos la participación ciudadana en un cuestionario online que permitirá realizar un diagnóstico de las necesidades y percepciones en relación con diferentes ámbitos del desarrollo turístico, y también conocer las ideas de actuación en estos ámbitos y consideradas de mayor interés o prioridad.

El desarrollo de las diferentes actuaciones encaminadas a la elaboración del Plan Estratégico de Turismo de Icod de los Vinos cuenta con la asistencia especializada de la empresa consultora Innovaris S.L.

Para participar en esta encuesta, puedes acceder pinchando en este enlace.

Desde el Ayuntamiento de Icod de los Vinos e Icodtesa animamos a la participación con el objetivo de conocer las percepciones que la ciudadanía tiene y las mejoras que se proponen de cara al futuro de la ciudad.

Ilustración 5. Cuestionario en Google Formularios



The screenshot shows a Google Form header with the logos of the Ayuntamiento de Icod de los Vinos and Icodtesa. The main title is 'Plan Estratégico de Turismo de Icod de los Vinos'. The text explains that the municipality is developing a tourism strategy and needs input from residents. It includes a call to action: '¡Le animamos a participar! ¡Su opinión es muy importante para poder mejorar nuestro municipio!'. A confidentiality notice at the bottom states that responses will be treated confidentially and that the user authorizes the municipality and Innovaris S.L. to use the data for the stated purpose.

4.2.2. Ficha técnica y guion cuestionario

FICHA TÉCNICA DEL CUESTIONARIO

Margen de confianza	95%
Margen de error	8%
Población	23.971 habitantes* (INE, 2023).
Muestra	150 respuestas*

*Se debe tener en cuenta que la muestra incluye al total de la población residente en el municipio de Icod de los Vinos, aunque la encuesta no será dirigida a los menores de 18 años.

Bloque 0. Datos de control

0.1. ¿Reside en el municipio de Icod de los Vinos?

- No, resido en otro municipio (Pasa a la pregunta 0.2.)
- Sí, es mi residencia habitual

0.1.1. ¿En qué barrio o núcleo reside?

- Icod de los Vinos (casco)
- La Centinela
- La Mancha
- Buen Paso
- Hoya Ana Díaz



- Santa Bárbara
- La Florida
- La Mancha
- Cruz del Tronco
- Redondo
- Llanito Perera
- Cueva del Viento
- La Patita
- Los Piquetes
- Lomo Las Lajas
- La Candelaria
- El Amparo
- Cruz del Camino
- Las Abiertas
- La Vega
- Las Canales
- Las Cañas
- San Felipe
- Playa San Marcos

0.2. Edad

- 18 a 25 años
- 26 a 35 años
- 36 a 45 años
- 46 a 55 años
- 56 a 65 años
- Mayor de 66 años

0.3. ¿Trabaja en el sector turístico?

- Sí (Pasa a la pregunta 0.3.1.)
- No (Pasa a la pregunta 1.)

0.3.1. Rama de actividad a la que pertenece:

- Hostelería
- Restauración
- Alojamiento
- Información turística y/o guías
- Agencia de viajes
- Actividades complementarias
- Transporte
- Otra (abierta)



Bloque 1. Situación turística del municipio

1.1. Valore la situación turística general del municipio de Icod de los Vinos:

- Muy mala
- Mala
- Regular
- Buena
- Muy buena

1.1.1. Explique brevemente su valoración anterior: *¿Qué fortalezas tiene Icod? ¿Qué amenazas enfrenta?*

- Respuesta abierta.

1.2. ¿Qué tipo de turismo considera relevante impulsar en Icod de los Vinos? (Si lo considera, seleccione una o varias opciones)

- De naturaleza
- De senderos – senderismo
- Rural
- Deportivo
- Náutico

- Cultural
- Patrimonial
- Gastronómico
- Enoturismo
- Senior
- Otro (respuesta abierta)

1.3. Si únicamente se tuviese presupuesto para llevar a cabo una actuación o proyecto, para el desarrollo del turismo en Icod, ¿cuál sería su propuesta?

- Respuesta abierta.

Bloque 2. Comentarios finales

2.1. A continuación, puede aportar cualquier otra información que considere relevante para el desarrollo del Plan Estratégico de Turismo de Icod de los Vinos.

- Respuesta abierta.

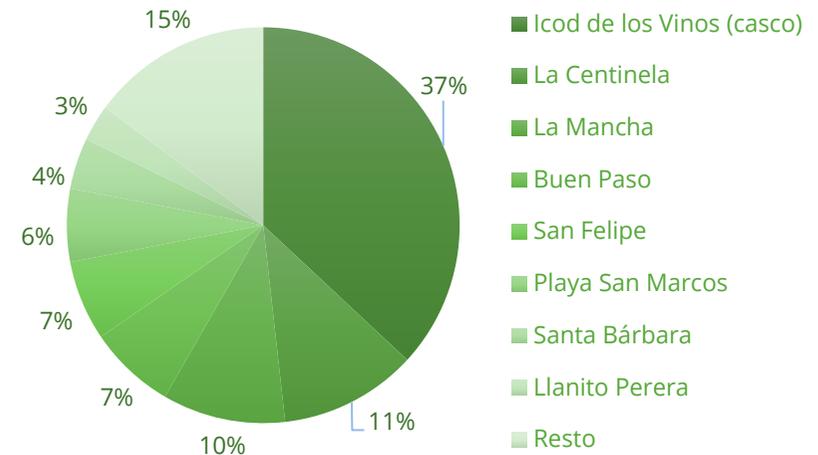


4.2.3. Resultados obtenidos

La encuesta destinada a la población del municipio de Icod de los Vinos ha recibido un total de **201 respuestas**, valorándose el resultado como un éxito de participación.

Del total de respuestas, el 83,6% se correspondió con personas que **residen en el municipio de Icod de los Vinos** y el restante 16,4% en otro municipio de la isla. De las personas que residen en Icod, la mayoría lo hace en el casco (36,9%), y en menor medida en La Centinela (11,3%), La Mancha (10,1%), Buen Paso (7,1%), San Felipe (6,5%) y Playa de San Marcos (6%).

Gráfico 24. Núcleos de residencia de las personas encuestadas

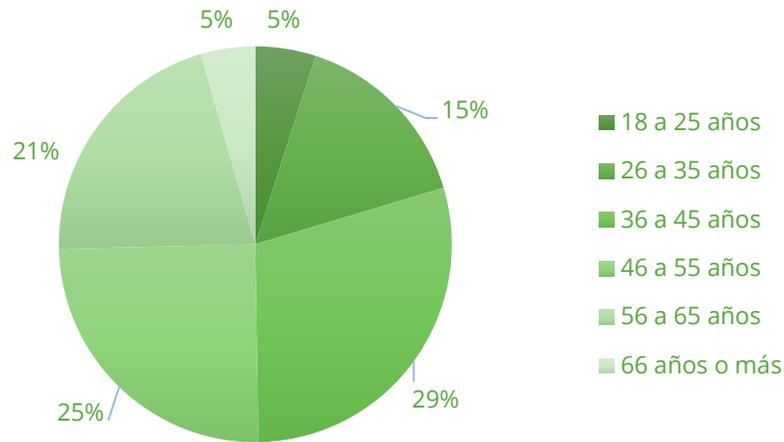


Fuente: Respuestas Google Formularios. Elaboración propia.

Por su parte, las personas que respondieron al cuestionario son, en su gran mayoría, de **mediana edad**, pudiéndose destacar el grupo de 36 a 45 años con el 29,4%, pero también el grupo de 46 a 55 años (24,9%). Los menores de 25 años y los mayores de 66 años fueron, por el contrario, bastante minoritarios (10%).



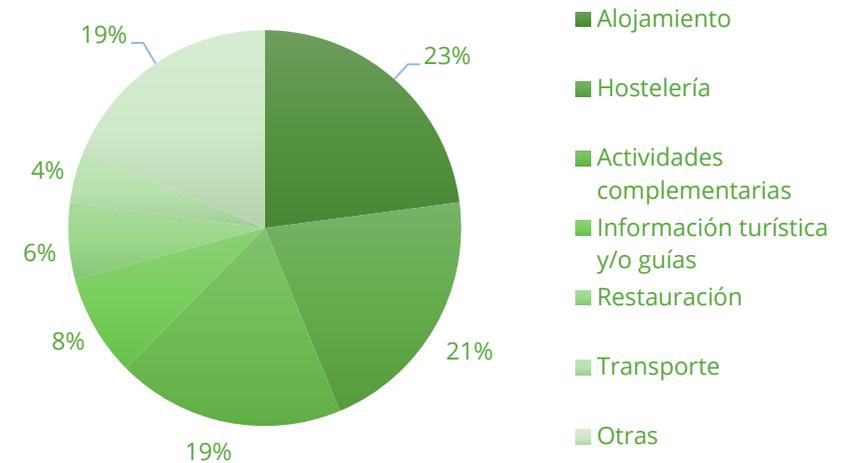
Gráfico 25. Edad de las personas encuestadas



Fuente: Respuestas Google Formularios. Elaboración propia.

En relación a la **actividad laboral de las personas participantes** en el cuestionario, el 22,3% afirmó trabajar en el sector turístico, y, sobre todo, en actividades de alojamiento (22,9%), de hostelería (20,8%), actividades complementarias (18,8%), o de información turística y/o guías (8,3%).

Gráfico 26. Tipo de actividad turística de las personas encuestadas empleadas en el sector turístico



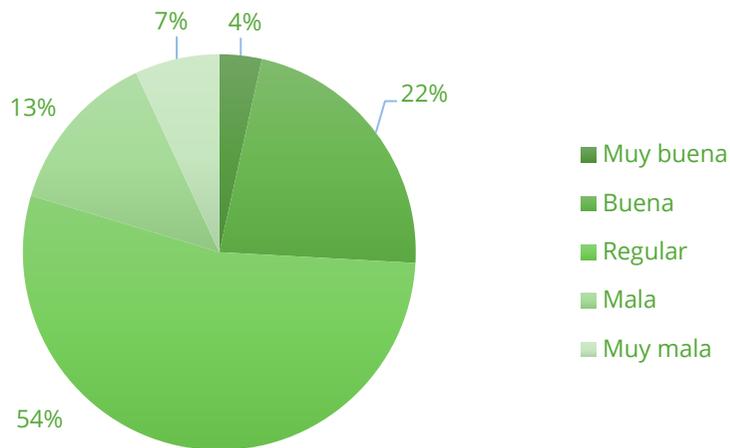
Fuente: Respuestas Google Formularios. Elaboración propia.

El primer bloque del cuestionario estuvo dedicado a conocer el punto de vista de las personas participantes acerca de la **situación turística del municipio**. En este sentido, cabe destacar que la valoración general puede considerarse negativa, dado que el 20,4% de las respuestas valoraron como mala o muy mala la situación turística del municipio, mientras que otro amplio 53,7%



la valoró como regular. El restante 25,9% valoró dicha situación como buena o muy buena.

Gráfico 27. Valoración de la situación turística general de Icod de los Vinos



Fuente: Respuestas Google Formularios. Elaboración propia.

A partir de las respuestas abiertas obtenidas, se puede obtener un análisis de la situación turística del municipio en función de si los distintos factores identificados por las personas participantes en la encuesta constituyen factores de riesgo o bien factores de éxito tanto internos como externos al municipio.

■ Factores de riesgo

Las opiniones que valoraron de **manera negativa la situación turística del municipio**, considerándolas como debilidades y/o amenazas, se han centrado mayoritariamente en el estado actual de la playa de San Marcos, en la falta de vías peatonales y de plazas de aparcamiento gratuitas, o en la escasa puesta en valor de otros recursos turísticos locales (senderos, naturaleza, pasado aborigen, tradiciones locales) más allá del parque del Drago, del Mariposario o de la Cueva del Viento.

En este último caso también se ha valorado negativamente su gestión, ya que se considera que no contribuye o repercute económicamente en el municipio. Otra de las debilidades advertidas por las personas participantes en el cuestionario se relaciona con el hecho de que el turista únicamente visita el Parque del Drago (turismo de paso), pasando desapercibidos el resto de los atractivos turísticos del municipio, los cuales además estarían desconectados de la oferta turística. Asimismo, también se valora de forma negativa la escasa oferta comercial o de ocio



de Icod (con horarios muy limitados), la falta de información turística (punto de información turística, señalética, guías, mapas turísticos, rutas guiadas, paneles informativos, etc.), o la ausencia de espacios para practicar deporte al aire libre.

Otro de los comentarios más citados en la encuesta tiene que ver con la amenaza de que Icod se convierta en un destino masificado, concentrado en el entorno del Parque del Drago, no estando el municipio preparado para gestionar la afluencia masiva de turistas. De manera añadida, la limpieza o la seguridad (delincuencia, drogadicción) en el municipio también se valoran negativamente.

En términos generales se considera que **no ha habido una buena gestión municipal del turismo**, con escasa promoción turística, y escasa implicación (o coordinación) del empresariado local, e incluso de la propia población, para el impulso del turismo local.

■ Factores de éxito

En cuanto a los **factores de éxito del municipio** para impulsar el turismo municipal, cabe señalar que muchos de los factores identificados por las personas participantes se han valorado como **recursos “potenciales”** que actualmente, sin embargo, no estarían aportando valor a la oferta turística de Icod de los Vinos tal y como ha sido apuntado en el anterior apartado dedicado a los factores de riesgo.

En este sentido, y al margen de los elementos ya consolidados en la oferta turística como el Parque del Drago, el Mariposario, o la Cueva del Viento, que, como se ha expuesto, representan los principales atractivos turísticos del municipio, si bien invisibilizando el resto de potenciales atractivos, las personas participantes valoraron como fortalezas y oportunidades el patrimonio histórico, arquitectónico y cultural de Icod, incluyendo el casco histórico, sus bienes de interés cultural, las tradiciones culturales locales (Bollos de Santa Bárbara, tablas de San Andrés,



etc.), e inclusive figuras históricas de relevancia como el poeta Emeterio Gutiérrez Albelo.

Asimismo, el patrimonio natural del municipio, incluyendo las vistas al Teide, así como los senderos y caminos (en estado de abandono) se considera otra de las principales fortalezas municipales que podría potenciar un tipo de turismo sostenible basado en la naturaleza y el deporte al aire libre apoyado por un clima muy bueno todo el año.

Otras oportunidades que podrían potenciar el turismo local se relacionan con la calle comercial de Icod, con la gastronomía, o con las viviendas vacacionales que podrían actuar de dinamizadoras del turista más allá de constituir únicamente viviendas dormitorio.

No obstante, en cuanto a las viviendas vacacionales no parece existir un consenso sobre su idoneidad para el desarrollo social, económico y turístico del municipio.

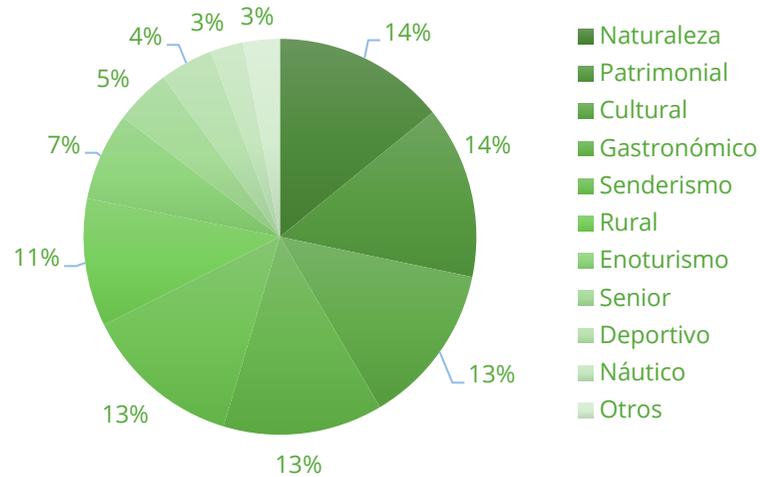
■ Propuestas para impulsar el turismo municipal

Las dos últimas preguntas del cuestionario tuvieron como objetivo identificar qué tipo de turismo se considera relevante impulsar en Icod, así como qué medidas específicas se podrían poner en marcha para lograr dicho impulso.

Tal y como muestra el siguiente gráfico (multirrespuesta), el turismo de naturaleza, el patrimonial, el gastronómico, el de senderismo, y el rural, obtuvieron las mayores valoraciones, debiéndose considerar que estas opciones están estrechamente relacionadas entre sí. En menor medida, las personas participantes en la encuesta también valoraron el enoturismo, el turismo deportivo, y el turismo senior, situándose en último lugar el turismo náutico. Cabe destacar, en la opción “otros”, el turismo orientado a los niños, a los jóvenes y a las familias, e incluso el turismo de playa si mejorase la situación de la playa de San Marcos.



Gráfico 28. Tipo de turismo que se considera relevante impulsar en Icod



Se les planteó aportar una actuación o proyecto para el desarrollo del turismo en Icod. Teniendo en cuenta la gran diversidad de respuestas posibles, la mayor parte de las actuaciones propuestas por las personas participantes se relacionan con la rehabilitación, recuperación, mantenimiento, creación, etc., de infraestructuras o espacios públicos, destacando de forma significativa la rehabilitación de la playa de San Marcos, la creación de aparcamientos públicos y gratuitos (preferentemente en la zona de El Calvario), o la peatonalización del casco.

El segundo grupo de actuaciones más propuestas se vinculan con la puesta en valor del patrimonio cultural del municipio, tanto el arquitectónico como el referido a las tradiciones culturales. En este sentido, la mayor parte de las actuaciones propuestas giraron en torno al desarrollo de un tipo de turismo cultural (rutas, guías, actividades culturales, gastronomía, etc.) que se prolonga igualmente al de naturaleza (senderos, deporte al aire libre, turismo rural, etc.), siendo también relevante la dinamización comercial del municipio para ofrecer un mejor servicio al turista, sobre todo en cuanto a los horarios de apertura de los comercios. Muchas de las propuestas delimitaron El Calvario como la zona que podría albergar un aparcamiento público de tal manera que se fuerce al visitante a atravesar la calle comercial de Icod para alcanzar el Parque de El Drago.

Las personas participantes en la encuesta también delimitaron actuaciones referidas a la mejora de la información y la promoción turística del municipio, tales como la creación de guías y rutas turísticas, la mejora de la señalética turística, o la inclusión



e interconexión en la oferta de otros recursos turísticos más allá de El Drago.

Se muestran a continuación algunas de las respuestas obtenidas más repetidas, procurando mantener la literalidad de las mismas, en la medida de lo posible:

- Mejora señalética.
- La playa de San Marcos.
- Arreglar la playa de San Marcos.
- Mejorar la página web turística del municipio.
- Crear una app turística del municipio.
- Elaborar un plan de marketing turístico del municipio.
- Realizar campañas de promoción turística del municipio.
- Patrimonial.
- Crear nuevos productos turísticos en el municipio.
- Potenciar el uso de las redes sociales para promocionar el municipio.
- Realizar estudios de mercado turístico del municipio.
- Mejorar la atención al turista en el municipio.
- Fomentar la colaboración público-privada en materia turística en el municipio.
- Mejorar la accesibilidad turística del municipio.
- Crear una marca turística del municipio.
- Elaborar material promocional turístico del municipio.
- Asistir a ferias de turismo para promocionar el municipio.
- Realizar campañas de promoción turística del municipio.
- Fomentar el turismo cultural.
- Potenciar el turismo de naturaleza.
- Impulsar el turismo gastronómico.
- Crear rutas temáticas.
- Mejorar la accesibilidad turística del municipio.
- Elaborar un plan de marketing turístico del municipio.
- Fomentar la colaboración público-privada en materia turística en el municipio.
- Realizar estudios de mercado turístico del municipio.
- Potenciar el uso de las redes sociales para promocionar el municipio.
- Crear una marca turística del municipio.



- Elaborar material promocional turístico del municipio.
- Asistir a ferias de turismo para promocionar el municipio.
- Mejorar la atención al turista en el municipio.
- Crear nuevos productos turísticos en el municipio.
- Mejorar la formación del personal turístico del municipio
- Impulsar el turismo rural.
- Potenciar el enoturismo
- Crear una comisión para detectar VV ilegales, cerrarlas y multarlas.
- Mantener los senderos.

4.3. Entrevistas

Se han ejecutado **9 entrevistas semiestructuradas**. Estas entrevistas se han organizado con personas que tienen una relevancia específica en el municipio, así como personas que por su conocimiento y experiencia han podido aportar una visión clara e interesante sobre la situación actual de la zona analizada.

4.3.1. Ficha técnica y guion de entrevista

Si bien las entrevistas in situ se han adaptado a cada perfil, el guion inicial de las entrevistas ha sido el siguiente:

Plan Estratégico de Turismo de Icod de los Vinos

DATOS DE CONTROL

Entrevistador/a:	Personal de Innovaris			Entrevista número:
Fecha:	XX/XX/XX	Duración:	XXX minutos	Modo:
				(Telefónico / online / presencial)

Entidad / perfil de la persona entrevistada:

- No se incluirá el nombre de la persona entrevistada, siguiendo el principio de confidencialidad de la LOPD.

60

GUIÓN*

OFERTA:

P1. ¿Qué servicios y actividades realizan con respecto al turismo en Icod de los Vinos?

P2. ¿Qué necesidades identifica en Icod de los Vinos? (formación, financiación, personal, etc.)?

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



Plan Estratégico de Turismo de Icod de los Vinos

- Si:
 - **3.1.** ¿Qué tipo de mejoras ha realizado? (ej.: renovación de mobiliario, adecuación de terraza, accesibilidad, eficiencia energética).
 - **3.2.** ¿Cuándo realizó las mejoras?
- No:
 - **3.3.** Motivo por el que no ha realizado ninguna inversión en los últimos años.
 - **3.4.** ¿Tiene previsto realizar alguna mejora-inversión en los próximos meses? ¿Qué mejora?

DEMANDA:

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

DESTINO:

P6. ¿Qué fortalezas posee Icod de los Vinos como destino?

P7. ¿Qué necesidades identifica en Icod de los Vinos con respecto a la situación de los recursos turísticos?

Plan Estratégico de Turismo de Icod de los Vinos

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

CONTEXTO:

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

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

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

P10. ¿Suele colaborar con otras empresas, clubes, entidades públicas, organizaciones benéficas, grupos de investigación, etc.?

10.1. ¿Mantienen alianzas estratégicas o sólo colaboraciones puntuales?

4.3.2. Perfiles entrevistados

Desde el Ayuntamiento se facilitó el siguiente listado de perfiles:

1. Restaurante El Carmen

4. Proceso participativo.



2. La Casa del Plátano
3. Restaurante La Barca
4. Tienda de souvenirs La Parada del Drago
5. Bar – cafetería La Media Naranja
6. Restaurante El Rincón
7. Grupo Municipal Coalición Canaria
8. Casa Rural Adayeim
9. Grupo Municipal Partido Popular

4.3.3. Resultados obtenidos

Una vez finalizada la ejecución de las **9 entrevistas**, se llevó a cabo la recopilación y el tratamiento de la información obtenida para presentar un análisis conjunto de la dinámica participativa realizada.

Las entrevistas contaron con la presencia de **diversos actores del sector empresarial y turístico local**, incluyendo representantes de establecimientos de alojamiento, restauración, atracciones turísticas y servicios complementarios. Específicamente, se entrevistó a un hotel emblemático, un museo

con platanera, tienda de souvenirs, restaurantes familiares, una empresa de gestión y asesoramiento de vivienda vacacional, propietarios y gestores de vivienda vacacional, así como miembros del grupo de oposición del gobierno local. Esta variedad de perfiles ha permitido obtener una visión amplia y diversa sobre la situación actual y las perspectivas de futuro del sector turístico en el municipio.

El análisis de las entrevistas ha revelado un **sector turístico con potencial de crecimiento** en Icod de los Vinos, pero que enfrenta desafíos principalmente en términos de infraestructura y aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales. Todo ello refleja la percepción de que, para potenciar el atractivo turístico de Icod de los Vinos, es necesario no solo abordar aspectos de infraestructura básica, sino también de calidad y diversidad de la oferta turística. En las entrevistas, se hace énfasis en la desconexión entre los atractivos turísticos principales — como el Drago Milenario o la Cueva del Viento— y otras áreas comerciales. Esta falta de integración limita la circulación de



turistas hacia zonas que podrían fortalecer la economía local y diversificar la experiencia turística.

Comenzando con el análisis de las entrevistas, respecto a las **necesidades identificadas** en Icod de los Vinos, uno de los problemas mencionados por las personas entrevistadas fue la falta de personal cualificado, especialmente en lo que se refiere al dominio de idiomas extranjeros. Se señaló la dificultad para **encontrar trabajadores/as locales** con las habilidades lingüísticas necesarias, lo que en ocasiones conlleva la contratación de personal extranjero. En este sentido, se sugirió la implementación de cursos de idiomas, particularmente de inglés, para mejorar la formación del municipio. Asimismo, se hizo hincapié en la necesidad de mejorar la formación en el sector de la hostelería, ya que expresaron su insatisfacción con el nivel de preparación de estudiantes graduados de la escuela de hostelería local. Estas carencias se extienden también a la capacitación en la gestión de alojamientos vacacionales, una necesidad que se

manifestó mostrando las dificultades para encontrar asesores financieros y fiscales bien capacitados en ese ámbito.

Otro aspecto crítico comentado fue la **falta de aparcamiento** adecuado y público en el municipio. Se mencionó la existencia de terrenos sin acondicionar que, aunque el ayuntamiento indica que pueden utilizarse para aparcar, no resultan atractivos ni seguros para visitantes. Esta situación se percibe como un obstáculo para el desarrollo turístico, ya que dificulta el acceso y la movilidad de visitantes y población local en el municipio. La necesidad de mejorar la infraestructura vial y facilitar el acceso a zonas turísticas de interés es una demanda compartida también por actores del sector turístico y por la oposición, quienes mencionan la falta de señalización y de accesos adecuados a áreas como las zonas altas del municipio y la costa.

La **apariencia general del pueblo** fue otro punto de preocupación expresado por varios/as entrevistados/as. Se hizo referencia a una sensación de abandono en ciertas áreas, destacando la necesidad de mejorar la **limpieza** de las zonas



públicas y el **mantenimiento** de las fachadas de edificios emblemáticos. Se mencionó específicamente el estado de la oficina de turismo (mitad pintada de un color y mitad de otro) y la Plaza América como ejemplos de espacios que requieren atención y mejora estética.

En relación con la **seguridad**, algunos/as entrevistados/as manifestaron su preocupación por la presencia de carteristas en zonas turísticas como el Drago y la plaza del pueblo. Se reportaron incidentes de robos a turistas y daños a vehículos, lo que llevó a la sugerencia de aumentar la presencia policial en estas áreas para garantizar una experiencia más segura a los visitantes.

Una de las principales **debilidades** identificadas fue la limitada oferta de servicios, especialmente durante los fines de semana. Se mencionó que los domingos, gran parte del pueblo permanece cerrado, con solo algunas atracciones (como la Casa del Plátano, el Drago y el mariposario) y restaurantes en funcionamiento. Con ello se reduce significativamente el tiempo de estancia de los

visitantes, ya que, al encontrar la mayoría de los establecimientos y lugares de interés cerrados, los turistas tienden a permanecer el menor tiempo posible en el municipio. Se percibe como una oportunidad perdida para retener a los turistas y generar mayor actividad económica en el municipio.

En este mismo sentido, se señaló también la **falta de una oferta gastronómica diversa** y, de nuevo, con horarios de apertura amplios. Se mencionó que muchos establecimientos cierran los domingos, lunes y martes, lo que limita las opciones para visitantes. Específicamente, una persona entrevistada contrasta que hay demanda y que es rentable abrir todos los días del año.

Un tema recurrente en las entrevistas fue la necesidad de **mayor colaboración y unidad** entre los diferentes actores del sector turístico y las autoridades locales. Varios/as entrevistados/as expresaron la falta de iniciativas conjuntas y la tendencia a trabajar de manera aislada, lo que se percibe como un obstáculo para el desarrollo integral del turismo en el municipio. Se explicó la necesidad de mejorar la **comunicación entre el sector**



privado y la administración pública, así como de desarrollar estrategias conjuntas para la promoción y mejora de la oferta turística. Específicamente, se recalca la importancia de coordinarse para campañas de promoción, programas de capacitación y mejoras en infraestructura que beneficien al municipio en su conjunto.

De manera general, se observó una **tendencia e interés hacia la mejora continua y el mantenimiento** de las instalaciones. Se mencionaron inversiones anuales en pintura, renovación de fachadas, mantenimiento de elementos de madera, actualización de instalaciones sanitarias y mejoras en la eficiencia energética. Un caso destacado fue la inversión de 1,2 millones de euros en la reforma de la Casa del Plátano. Sin embargo, también se encontraron casos de empresas que no han realizado inversiones significativas debido a limitaciones financieras, especialmente tras el impacto económico de la pandemia de COVID-19.

Respecto a la **evolución de la demanda turística**, la mayoría de las personas entrevistadas mostraron **optimismo**. Se reportó un

aumento considerable en la demanda, tanto en alojamientos como en atracciones turísticas. Además, se destacó la **presencia de turistas internacionales**, principalmente de países como Alemania, Francia, Bélgica y Holanda, que buscan experiencias más personalizadas y auténticas. Algunos/as entrevistados/as mencionaron un incremento anual en el número de visitantes y en la facturación. Específicamente, uno de los entrevistados señaló que cada año superan el número de visitantes y la facturación del año anterior, y que **la previsión es positiva**. Atribuyó parte de este crecimiento a factores externos, como los problemas en el norte de África, que han llevado a turistas franceses a elegir Canarias como nuevo destino en lugar de sus antiguas colonias. También se observó una tendencia de **visitantes que repiten**, no solo en Tenerife sino también en otras islas del archipiélago.

Sin embargo, también se expresó la opinión de que el enfoque debería estar en la **estabilización y fidelización del turismo actual**, más que en la búsqueda de un crecimiento continuo. Se



hizo hincapié en la necesidad de mejorar las condiciones del pueblo, las vías de acceso y la comunicación entre sector público y empresariado como factores clave para mantener y mejorar la demanda turística. En esta línea, se señaló también la importancia de diversificar la oferta turística más allá de las atracciones tradicionales para fomentar estancias prolongadas, como la promoción de rutas de enoturismo, actividades culturales y turismo de naturaleza.

Estas perspectivas diversas reflejan que se reconoce el crecimiento actual pero también se plantean **preocupaciones sobre la sostenibilidad y la calidad del turismo a largo plazo.**

En cuanto a las **fortalezas** de Icod de los Vinos como destino turístico, se destacó la diversidad de atractivos y recursos que ofrece el municipio, aunque se percibe que no está bien explotado. Se mencionó que, en comparación con otros municipios cercanos, Icod cuenta con una mayor variedad de atractivos y lugares de interés para visitar. Los/as entrevistados/as comentaron la presencia de numerosos lugares

de interés, tanto de iniciativa privada como pública, incluyendo la Casa del Plátano, el mariposario, el museo de muñecas, la casa de malvasía, la Cueva del Viento y el emblemático Drago Milenario, entre otros muchos. Se resaltó la ventaja competitiva de Icod al contar con un **casco histórico, zonas de montaña, playas** y una de las pocas **áreas comerciales** importantes de la isla, distinguiendo a Icod de otros destinos. Además, se comentó que todo ello se encuentra en un espacio relativamente reducido.

Además de los atractivos físicos, se mencionó como fortaleza a la **propia gente de Icod**, destacando la hospitalidad y el carácter local podrían ser un activo importante para el turismo. Se hizo referencia también a los **recursos naturales** del municipio, destacando que Icod cuenta con el monte más grande de Canarias y numerosos senderos, aunque de nuevo se señaló que estos recursos no están suficientemente desarrollados o promocionados.

A pesar de reconocer estas fortalezas, se expresó la opinión de que **no se ha sabido explotar adecuadamente estos recursos.**



Se sugirió que, con una mejor gestión y promoción, estos atractivos podrían generar un mayor beneficio turístico, incentivando a los visitantes a permanecer más tiempo en el municipio en lugar de hacer visitas breves. Esto es particularmente importante ya que se ha enfatizado la necesidad de interconectar las zonas comerciales con los puntos turísticos, así como de mejorar el acceso y la infraestructura para lograr una experiencia más completa y atractiva para el visitante.

En relación con las **medidas para hacer frente a los retos de sostenibilidad y cambio climático**, se observó una conciencia generalizada sobre la importancia de estas cuestiones. Algunos/as entrevistados/as destacaron sus prácticas sostenibles, como el uso de productos locales y la producción propia de alimentos. Específicamente en la entrevista a un alojamiento, en cuanto al ahorro de recursos, se hizo referencia a medidas de ahorro de agua y energía. Se mencionó la práctica de lavar la ropa in situ en los establecimientos hoteleros, lo que permite un mayor control sobre el uso de recursos. Además, se

destacó la importancia de **concienciar a los turistas** sobre el uso responsable del agua, la reutilización de toallas y la correcta disposición de residuos. En cuanto al **reciclaje**, se mencionó que algunos establecimientos intentan reciclar en la medida de lo posible, aunque se reconoció que aún hay **margen de mejora**. Se señaló la necesidad de más contenedores públicos para facilitar el reciclaje, destacando la importancia de contar con contenedores de reciclaje mejor ubicados y más accesibles y subrayando la alta demanda de los turistas de sistemas de reciclaje adecuados. Se mencionó que a menudo la gente deja residuos en la calle, lo que indica una falta de conciencia ambiental y perjudica a la imagen del municipio no solo para residentes sino también para turistas. Es por ello por lo que se hizo hincapié en la necesidad de **mejorar la educación y concienciación ambiental** tanto de los residentes como de los visitantes. Se sugirió que se debería educar más desde edades tempranas, tanto en casa como en los colegios, para fomentar hábitos más sostenibles. Además, se ha comentado que residentes, aunque deseosos de contribuir al reciclaje,



encuentran limitaciones en la disposición de los contenedores y en la falta de comodidad en este proceso, lo que también influye negativamente en la imagen del municipio para los visitantes.

Se enfatizó el potencial de Icod de los Vinos para desarrollar un **modelo de turismo sostenible** que beneficie directamente a la población local, dado que la mayoría de las empresas turísticas son pequeñas y de propiedad local, con lo cual se favorece que los beneficios del turismo se puedan quedar en el municipio.

En cuanto al **uso de nuevas tecnologías**, se observó una adopción desigual entre entrevistados/as. Algunos establecimientos hacen uso activo de plataformas de reserva en línea como Booking.com y colaboran con turoperadores digitales como TUI o MTF. Estos negocios reconocen la importancia de las tecnologías digitales para su promoción y visibilidad, señalando que sin Google y las páginas web, los clientes tendrían dificultades para encontrarlos. Sin embargo, otros establecimientos tienen una **presencia digital más limitada**. Algunos solo utilizan redes sociales básicas para su promoción, mientras que otros no

cuentan con una página web propia. Algunos/as entrevistados/as mencionaron que las diferentes plataformas existentes y los **motores de búsqueda** son esenciales para que turistas puedan encontrar y elegir sus establecimientos. La oposición también hace un llamado a mejorar esta presencia digital y sugiere adoptar estrategias de marketing que permitan promocionar a Icod en un mercado internacional y alcanzar a un perfil de turista más amplio.

No se mencionó el uso de tecnologías más avanzadas como la realidad virtual, la realidad aumentada o la inteligencia artificial, sugiriendo que existe una **brecha significativa en la adopción de tecnologías emergentes** en el sector turístico de Icod de los Vinos. No obstante, en general, se percibe una **conciencia de la importancia de la presencia digital**, pero el nivel de implementación varía considerablemente entre los diferentes negocios. Mientras algunos han adoptado herramientas digitales como parte integral de su estrategia de marketing y operaciones,



otros parecen tener una presencia digital mínima o inexistente, lo cual muestra un potencial de mejora considerable.

La disparidad en el uso de tecnologías digitales podría representar tanto una oportunidad como un desafío para el desarrollo turístico del municipio. Por un lado, existe un **potencial significativo** para mejorar la visibilidad y accesibilidad de los negocios turísticos a través de una mayor adopción de herramientas digitales. Por otro lado, la falta de una presencia digital uniforme y robusta podría estar **limitando la capacidad del destino para atraer y retener visitantes** en un mercado turístico cada vez más digitalizado.

Al solicitar a los/as entrevistados/as que identificaran una **acción prioritaria** para incluir en el plan estratégico, surgieron diversas propuestas. No obstante, para ampliar este apartado, se exponen las propuestas comentadas a nivel global en todas las preguntas:

- La **mejora de la infraestructura de aparcamiento** fue mencionada como una **prioridad**. La falta de estacionamiento adecuado y público es un obstáculo significativo para el

desarrollo turístico, ya que dificulta el acceso y la movilidad de los visitantes en el municipio.

- La **limpieza y mantenimiento de espacios públicos** se destacó como otra acción crucial. Se hizo especial énfasis en la necesidad de mejorar la apariencia general del pueblo, particularmente en áreas de alta visibilidad turística como la plaza principal. Se comentó en numerosas ocasiones que da una impresión negativa a los visitantes y afecta la imagen general del destino.
- La **ampliación de horarios comerciales** y la **mejora de la oferta gastronómica** como un área de oportunidad. Se sugirió ampliar y diversificar las opciones culinarias, además de extender los horarios de los restaurantes, para contribuir a retener a los visitantes por más tiempo en el municipio.
- La **creación de una oficina de turismo más accesible y mejor equipada** debido a que la ubicación actual no es ideal y una mejor localización y equipamiento podrían mejorar significativamente la experiencia de los visitantes.



- Se mencionó la necesidad de **mejorar la formación en idiomas y habilidades de hostelería** para el personal local. Implementación de **cursos** de idiomas, particularmente de inglés, y mejora de la formación en el sector de la hostelería para abordar la falta de personal cualificado.
- El **aumento de la seguridad** en áreas turísticas clave, como el Drago y la plaza del pueblo, sugiriendo el incremento de la presencia policial para prevenir robos y vandalismo.
- **Mejora y promoción de los recursos naturales** del municipio, como los senderos y las áreas de montaña para diversificar la oferta turística y atraer a los visitantes por períodos más largos.
- Fomento de una **mayor colaboración y unidad entre los diferentes actores del sector turístico y las autoridades locales**. Se propuso desarrollar estrategias conjuntas para la promoción y mejora de la oferta turística, superando la tendencia actual de trabajar de manera aislada.
- Mayor **regulación sobre los requisitos para alquilar propiedades** como vivienda vacacional.
- **Conectar las zonas comerciales y turísticas** mediante rutas peatonales o un sistema de transporte turístico que integre las principales atracciones con la zona comercial abierta. Esta conexión incentivaría a los turistas a visitar más comercios locales y fortalecería la economía municipal.
- **Diversificación de productos turísticos** para aprovechar el potencial del enoturismo, el turismo cultural y las actividades al aire libre, como el senderismo o cicloturismo. La oferta de turismo rural podría enriquecerse con actividades complementarias que favorezcan estancias más prolongadas.
- **Inversión en tecnología y marketing digital**. Mejorar la presencia de Icod en plataformas digitales y redes sociales, además de utilizar tecnologías más avanzadas como realidad aumentada y virtual, ayudaría a incrementar la visibilidad de los atractivos turísticos y ofrecer una experiencia interactiva.
- Establecimiento de **mesas de trabajo conjuntas** entre sector público y privado para coordinar estrategias, decisiones y promoción turística.



- Facilitar la **inversión en infraestructura y servicios turísticos**. La inversión pública y privada en señalización, accesibilidad y mantenimiento de los principales puntos turísticos es esencial. Además, se sugirió apoyar a empresas locales mediante subvenciones para elevar la calidad de los servicios y fomentar un turismo sostenible.

4.4. Sesiones participativas

Se han realizado **2 sesiones de trabajo** dirigidas a perfiles de especial interés para el proyecto, con el objeto de contrastar y corroborar las conclusiones obtenidas en el diagnóstico documental. Han participado actores que se consideran de interés con el propósito de definir los objetivos de la Estrategia para el Plan de Turismo de Icod de los Vinos y sus líneas de actuación.

4.4.1. Metodología de las sesiones

Las dinámicas se organizaron atendiendo a la siguiente estructura:

- **BIENVENIDA** (Ayuntamiento – Innovaris)
 - (Sesión 1) Breve presentación del proyecto y de la sesión por parte del equipo técnico de Innovaris.
 - (Sesión 2) Breve presentación del proyecto y de la sesión por parte del equipo técnico de Innovaris.
 - Presentación de los participantes y hoja de firmas.
 - Explicación de la dinámica: identificar el estado en el que se encuentra Icod de los Vinos y factores relacionados con el sector turístico en el municipio.

- **REALIZACIÓN DE LA DINÁMICA**

La metodología empleada en las dos sesiones grupales se inició con una **breve presentación** que contextualizó el proyecto y actualizó a las personas asistentes sobre el proceso participativo en curso.

Se explicó el lanzamiento del cuestionario y que se estaban realizando entrevistas individualizadas, además de las dos sesiones que acontecerían ese día.

Para fomentar la participación activa, se utilizó la herramienta digital Mentimeter, donde se planteó la pregunta "**¿Qué modelo turístico me gustaría para Icod?**". Las personas participantes accedieron a la página web a través de sus dispositivos móviles mediante un código proporcionado, lo cual permitió que sus respuestas se proyectaran en tiempo real en una pantalla, facilitando una visualización colectiva de las ideas.

A continuación, se distribuyeron tarjetas de dos colores entre asistentes: tarjetas naranjas para identificar **debilidades y necesidades del sector turístico local**, y tarjetas verdes para señalar las **fortalezas del destino**. Las personas participantes plasmaron sus opiniones en las tarjetas correspondientes, y posteriormente se realizó una puesta en común de las aportaciones. Con ello, se buscó alcanzar un consenso y validar colectivamente las opiniones expresadas.

A pesar de que durante la dinámica ya se exponían propuestas como tal para paliar las necesidades detectadas, al final de cada sesión, se volvió a utilizar Mentimeter para plantear la pregunta

"Ideas para impulsar nuestro turismo". Las propuestas generadas fueron proyectadas y sometidas a debate grupal, fomentando así la discusión y el intercambio de perspectivas entre asistentes.

Fecha y lugar	Grupo de trabajo	Hora
Sesión grupal 1		
26/09/2024 Casa Los Cáceres	Grupo de Gobierno y Personal Técnico	10:00 - 12:00
Sesión grupal 2		
26/09/2024 Casa Los Cáceres	Asociaciones y entidades empresariales	16:00 - 18:00

72

4.4.2. Resultados obtenidos

A partir de las **dos sesiones realizadas**, se ha obtenido información relevante para la validación del análisis documental y para establecer las bases de la nueva estrategia turística municipal.

Mediante el estudio de las reflexiones y conclusiones alcanzadas por los diferentes grupos en las sesiones de trabajo, se presentan



los resultados de manera organizada y agrupada por grandes categorías temáticas: **modelo turístico deseado, patrimonio y recursos del municipio, infraestructura y movilidad, promoción y marketing, gestión y planificación turística, sostenibilidad y calidad de vida.**

▪ Modelo turístico deseado

Las sesiones de trabajo revelaron una visión compartida sobre el modelo turístico ideal para Icod de los Vinos. A través de la herramienta online Mentimeter, como se ha comentado, las personas participantes expresaron el deseo de desarrollar un turismo sostenible, estrechamente vinculado a la naturaleza y respetuoso con el entorno local. Esta visión se refleja en la frecuente mención de términos como **"sostenible", "naturaleza", "cultura" y "tranquilidad"** en las respuestas de los/as asistentes.

El modelo turístico al que se aspira para Icod de los Vinos se caracteriza por ser no masivo, enfocado en la calidad más que en la cantidad. Se busca un turismo que beneficie directamente a la

población local, promoviendo la **cultura canaria** y las **tradiciones** del municipio. Se comentó la posibilidad de desarrollar un turismo familiar y deportivo, aprovechando los recursos naturales de la zona, como la extensa masa forestal y la variedad paisajística que abarca desde el mar hasta el monte.

La accesibilidad e inclusividad también surgieron como aspectos importantes del modelo deseado. Se espera que sea un **turismo accesible para todos/as**, incluyendo personas mayores y personas con movilidad reducida. Esto implica no solo la adaptación de infraestructuras, sino también la creación de experiencias turísticas que puedan ser disfrutadas por visitantes de todas las edades y capacidades.

La **hospitalidad y la seguridad** se mencionaron como valores fundamentales que deben caracterizar la experiencia turística en Icod. Se busca mantener el ambiente acogedor del municipio, donde los visitantes se sientan bienvenidos y seguros, fomentando así estancias más largas y un mayor compromiso con el destino.



Ilustración 6. Modelo turístico deseado Sesión 1 con Grupo de Gobierno y técnicos/as



La **sostenibilidad** emergió como un pilar fundamental del modelo turístico deseado. Los/as participantes expresaron la necesidad de desarrollar un turismo que sea respetuoso con el medio ambiente, que conserve los recursos naturales y que contribuya positivamente a la economía local sin comprometer la calidad de vida de residentes. Este enfoque reflejó una clara intención de **diferenciarse de los modelos de turismo masivos** presentes en otras partes de Tenerife, apostando por experiencias más auténticas y sostenibles.

Se busca un equilibrio entre el desarrollo económico que puede traer el turismo y la preservación de la identidad cultural y natural del municipio. La visión también incluyó un componente de turismo activo y de naturaleza, aprovechando la riqueza de senderos y espacios naturales del municipio, que actualmente no están homologados y adaptados para fomentar ese turismo de senderismo. Se aspira a posicionar a Icod como un destino ideal para el senderismo, el ciclismo y otras actividades al aire libre, atrayendo así a un perfil de turista más comprometido con el entorno y la vida saludable.

Ilustración 7. Modelo turístico deseado Sesión 2 con Asociaciones y empleados/as y empresarios/as turísticos





■ Patrimonio y recursos del municipio

Icod de los Vinos cuenta con una **riqueza natural y patrimonial significativa** que constituye su principal atractivo turístico. En las sesiones de trabajo se reconocieron los recursos existentes como fortalezas y, además, se mostraron los desafíos asociados a su gestión y aprovechamiento.

Se comentó como la **extensa masa forestal** del municipio destaca como uno de los principales activos naturales. Esto no solo proporciona un entorno de gran belleza paisajística, sino que también ofrece oportunidades únicas para el desarrollo del turismo de naturaleza y senderismo. Las personas asistentes enfatizaron el potencial de estos espacios para atraer a un tipo de turista interesado en experiencias al aire libre y en contacto directo con la naturaleza. La **variedad paisajística** de Icod, que abarca desde el mar hasta el monte, se consideró un valor añadido que permite ofrecer una diversidad de experiencias a los visitantes en un área geográfica relativamente compacta.

El **entorno de la Finca Boquín** se destacó como importante y de gran potencial, aunque no se está utilizando como debería. Las personas participantes recalcaron su abandono. Se explicó que la Finca de boquín podría ser de cultivos locales y que podría explotarse a nivel turístico.

El **patrimonio cultural del municipio**, tanto material como inmaterial, se reconoció como un recurso valioso. Se destacaron elementos arquitectónicos como la Plaza de la Pila, con su característico suelo de piedra, como ejemplos del patrimonio construido del municipio. Las tradiciones, festividades y costumbres locales se mencionaron como recursos culturales valiosos que podrían integrarse más efectivamente en la oferta turística. La multitud de fiestas y eventos culturales se ven como una oportunidad para atraer visitantes interesados en experiencias auténticas y en la cultura local, para fomentar el turismo cultural.

El **patrimonio agrícola**, especialmente los viñedos y la producción vinícola, se identificó como un recurso muy poco



explotado. La presencia de una bodega comarcal y la tradición vitivinícola del municipio se ven como oportunidades para desarrollar experiencias de **turismo enológico**, aunque se señaló que actualmente no existen rutas o productos turísticos estructurados en torno a este recurso.

El **Drago Milenario y su parque** se mencionaron repetidamente como ejemplos exitosos de recuperación y puesta en valor del patrimonio natural en un entorno urbano. La recuperación y puesta en valor del Parque del Drago, realizada a finales de los años 80 y principios de los 90, se citó como un modelo de buenas prácticas en la gestión del patrimonio natural. Sin embargo, también se señalaron problemas de accesibilidad en el parque, especialmente para visitantes mayores o con movilidad reducida, lo que sugiere la necesidad de mejoras en este aspecto. Este icono natural es un atractivo en sí mismo que también sirve como modelo de cómo se pueden integrar elementos naturales únicos en la oferta turística del municipio.

La **Cueva del Viento** se identificó como otro recurso de gran potencial turístico, aunque su gestión actual se considera limitada ya que el recurso solo puede absorber un número específico de visitantes, llevando a que exista lista de espera para poder visitar la cueva. Las personas participantes señalaron la necesidad de mejorar la colaboración entre los diferentes niveles de administración para maximizar el aprovechamiento de este recurso, ya que la Cueva del Viento es de gestión insular, por parte del Cabildo de Tenerife. Se mencionó la idea de desarrollar un **centro de visitantes** que pudiera proporcionar una experiencia educativa más completa, similar al modelo de las Cuevas de Altamira, permitiendo así un mayor aprovechamiento turístico sin comprometer la conservación del sitio.

Sin embargo, también se identificaron áreas de mejora en relación con estos recursos. La **falta de acondicionamiento y homologación de senderos** se señaló como una limitación importante para el aprovechamiento turístico de la riqueza natural del municipio. Se mencionó específicamente la pérdida de



homologación del sendero TF42, que recorre los altos de Icod, como un ejemplo de la necesidad de mantener y mejorar la infraestructura de senderos.

La **situación actual de la Playa de San Marcos** se percibe como una debilidad significativa. Se mencionó en reiteradas ocasiones por diferentes participantes la necesidad de ejecutar el proyecto de recuperación, cuya financiación está pendiente y depende de la colaboración con otras administraciones. Esta situación limita el potencial de Icod para ofrecer una experiencia turística completa que combine naturaleza, cultura y playa. La situación de la playa es una de las mayores preocupaciones actuales.

Se destacó también el **patrimonio arqueológico y la cultura aborígen**, tales como las pirámides que se desconocen y se les podría dar valor, la zona de Llanito Perera que no se da a conocer y la Cueva de los Guanches. El problema es que, por ejemplo, en el caso de la Cueva de los Guanches, es un BIC, pero de propiedad privada que se consolida como un recurso infrautilizado.

Las sesiones de trabajo revelaron una mezcla de fortalezas y debilidades en la oferta turística y comercial de Icod de los Vinos. Por un lado, se valoró positivamente la **concentración de comercios en una misma calle**, lo que facilita la experiencia de compra de los visitantes. La variedad y calidad de la oferta gastronómica también se mencionó como un atractivo importante del municipio. Sin embargo, se identificaron varias áreas de mejora. El comercio local se describió como **"envejecido"**, señalando la necesidad de modernizar y adaptar los negocios a las expectativas de los visitantes contemporáneos.

La **falta de oferta de ocio**, tanto pública como privada, se señaló como una debilidad significativa. Los/as participantes indicaron que hay pocas alternativas de entretenimiento para visitantes más allá de los atractivos naturales y culturales principales. Además, esta limitación podría estar afectando la duración de la estancia de los turistas en el municipio.

Como se comentó anteriormente, en las sesiones se mencionó el **potencial del turismo enológico** como un área de oportunidad



subexplotada. Aunque existe una bodega comarcal, se señaló que no se están aprovechando plenamente los recursos vinícolas para desarrollar ofertas turísticas específicas. La creación de rutas del vino y experiencias enogastronómicas se sugirió como una forma de diversificar y enriquecer la oferta turística del municipio.

▪ Infraestructura y movilidad

Se identificaron varios desafíos relacionados con la infraestructura y la movilidad en Icod de los Vinos. Uno de los aspectos más discutidos fue la **presencia de tráfico en la zona turística**, para lo cual existe una división de opiniones. Por un lado, se considera un factor negativo para la experiencia del visitante ya que esta situación no solo afecta a la calidad de la experiencia turística, sino que también impacta negativamente en la vida cotidiana de residentes. La **peatonalización de ciertas calles** del casco urbano surgió como una propuesta recurrente para mejorar tanto la experiencia del visitante como la calidad de vida local.

Por otro lado, se considera positivo el tráfico y negativa la peatonalización ya que se comentó que peatonalizar las calles disminuye el comercio. No obstante, otras personas participantes enfatizaron que las calles peatonalizadas son las que más restauración tiene y a las que les genera un mayor impacto positivo. Esto demuestra una división considerable en relación a peatonalizar o mantener el tráfico en las calles principales.

El tema del **aparcamiento** generó debate entre los participantes. Mientras algunos perciben una falta de espacios de estacionamiento como un problema, otros sugirieron que esta percepción podría no corresponder completamente con la realidad. Además, se mencionó que se está trabajando en aumentar la disponibilidad de aparcamiento, incluyendo cambios en el sentido de las calles y un proyecto presentado al Cabildo para la zona de Somada.

Las **conexiones de transporte público** se señalaron como deficientes, dificultando el acceso a diferentes puntos de interés



dentro del municipio. Esta limitación afecta particularmente a la capacidad de los visitantes para explorar áreas más allá del centro histórico y el Drago Milenario, restringiendo así la distribución de los beneficios del turismo a otras partes del municipio.

La **accesibilidad** surgió como un tema recurrente. Se señaló que, aunque los planes emergentes contemplan un turismo inclusivo, en la práctica existen barreras significativas. Por ejemplo, como se mencionó anteriormente, el propio Parque del Drago presenta problemas de accesibilidad para visitantes mayores o con movilidad limitada, lo cual indica la necesidad de realizar mejoras.

La **ubicación de las paradas de guaguas turísticas** también fue objeto de crítica. Se mencionó que su actual ubicación no favorece el tránsito de turistas por la zona comercial, limitando las oportunidades económicas para los negocios locales. Esta situación se ve agravada por la tendencia de los tours organizados a limitar las visitas únicamente al Drago, sin fomentar una exploración más amplia del municipio.

■ **Promoción y marketing**

Un tema recurrente en ambas sesiones fue la percepción de una falta generalizada de **promoción efectiva del municipio** como destino turístico. Se señaló que muchos de los recursos turísticos de Icod no se explotan adecuadamente y carecen de visibilidad tanto a nivel nacional como internacional.

Se identificó una **insuficiente presencia digital** como una de las principales debilidades en este aspecto. La escasa promoción en redes sociales fue mencionada repetidamente como una debilidad significativa. En un mundo cada vez más conectado digitalmente, donde los viajeros a menudo buscan inspiración y planifican sus viajes a través de plataformas sociales, la falta de una estrategia digital coherente se percibe como una oportunidad perdida para atraer visitantes. Los/as participantes enfatizaron la necesidad de **mejorar la divulgación de los atractivos del municipio** a través de canales digitales modernos, sugiriendo que esto podría ayudar a captar la atención de potenciales visitantes y diferenciarse de otros destinos.



Otro punto destacado fue la **ausencia de información turística clara y fácilmente accesible** para los visitantes. Se señaló que muchos turistas no logran visitar el pueblo completo o desconocen la existencia de atracciones más allá del Drago Milenario. Esta situación limita la experiencia de los visitantes y restringe el potencial económico del turismo para el municipio en su conjunto. La falta de información clara y concisa sobre los atractivos, rutas y actividades disponibles se percibe como un obstáculo significativo para que los turistas exploren más allá de los puntos más conocidos. Se discutió también la necesidad de mejorar la **señalización turística** en el municipio. Una mejor señalización facilitaría la navegación de los visitantes y serviría como una forma de promoción in situ.

La **promoción de eventos culturales y festividades locales** también se identificó como un área que requiere mejora. Icod de los Vinos cuenta con una rica tradición de fiestas y eventos culturales, pero los participantes señalaron que estos no se promocionan adecuadamente para atraer visitantes. Se sugirió

que una mejor promoción de estos eventos podría no solo atraer más turistas, sino también ayudar a distribuir el flujo turístico a lo largo del año, reduciendo la estacionalidad.

La **falta de paquetes turísticos integrados** que combinen diferentes atractivos del municipio se mencionó como otra debilidad en la estrategia de promoción. Las personas participantes sugirieron que la creación de rutas temáticas (por ejemplo, rutas culturales, gastronómicas o de naturaleza) podría ayudar a promover una experiencia más completa del municipio y aumentar la duración de la estancia de los visitantes.

En materia de certificación y eslóganes, se destacó la de Pueblos Mágicos de España, comentando que en Icod no sobran este tipo de etiquetas, sino que faltan, abogando a la consolidación de un mayor número de etiquetas o certificaciones.

■ **Gestión y planificación turística**

Las discusiones en ambas sesiones pusieron de manifiesto varios desafíos en la gestión y planificación del turismo en el municipio.



Uno de los puntos más destacados fue la **falta de personal técnico dentro de la administración local**. Especialmente en la sesión con el grupo de gobierno y técnicos municipales, señalaron esto como una debilidad crítica que limita la capacidad del municipio para desarrollar y ejecutar estrategias turísticas efectivas.

La necesidad de **mejorar la coordinación entre diferentes niveles de administración** se mencionó repetidamente, especialmente en relación con la gestión de recursos clave como la Cueva del Viento y la Playa de San Marcos, como se ha comentado. Se enfatizó que muchos proyectos y mejoras dependen de la colaboración y financiación de entidades supramunicipales, lo que a menudo ralentiza o complica su implementación.

La **regulación de los alojamientos turísticos**, particularmente las viviendas vacacionales, se identificó como un área que requiere atención urgente. Por un lado, se comentó el auge de **viviendas vacacionales ilegales** como un problema significativo,

mencionándose la existencia de un "turismo no controlado" debido a estas propiedades. Esta situación se ve agravada por la falta de un registro y regulación adecuada de las viviendas vacacionales, lo que llevó a los participantes a señalar la necesidad urgente de implementar un sistema de registro para estas propiedades.

Existe una preocupación generalizada por el **impacto de las viviendas vacacionales en la calidad de vida de los residentes locales**. Se mencionó específicamente que estas están afectando negativamente a la comunidad, generando tensión en el mercado de alquiler residencial. Todo ello está provocando que algunos residentes locales se vean obligados a mudarse fuera del municipio, lo que a su vez genera preocupación sobre la posible pérdida de la idiosincrasia y cultura local de Icod, que a su vez se considera como una fortaleza del municipio como destino turístico.

Sin embargo, las opiniones sobre las viviendas vacacionales **no son uniformemente negativas**. Algunos participantes las ven



como una **oportunidad para atraer un turismo de mayor calidad**. Se argumentó que este tipo de alojamiento puede atraer a turistas que gastan más en el municipio, ya que tienen que comprar comida y otros servicios localmente, rompiendo con el tipo de turista que se aloja en hoteles con pack todo incluido o media pensión. Además, se sugirió que las viviendas vacacionales podrían ser beneficiosas para potenciar el turismo en los barrios, siempre y cuando estén adecuadamente reguladas para garantizar un turismo de calidad.

Existió un consenso sobre la necesidad de **regular las viviendas vacacionales** para asegurar una oferta de alojamiento de calidad y minimizar los impactos negativos en la población local. Mientras que se reconoce su potencial para diversificar y mejorar la oferta turística, la preocupación por su impacto en la ciudadanía es significativa. Es por ello por lo que se abogó por encontrar un equilibrio que permita aprovechar los beneficios de las viviendas vacacionales, mientras se protegen los intereses y calidad de vida de la ciudadanía.

■ **Sostenibilidad y calidad de vida**

Un tema transversal en ambas sesiones fue la preocupación por mantener un **equilibrio entre el desarrollo turístico y la calidad de vida de residentes** de Icod de los Vinos. Los participantes enfatizaron repetidamente la importancia de desarrollar un modelo turístico que no solo atraiga visitantes, sino que también beneficie directamente a la población local, tal y como se mostró en los resultados de la herramienta Mentimeter.

Se expresó preocupación por el impacto de las viviendas vacacionales en el mercado inmobiliario local, tal y como se ha explicado en el punto anterior, percibiéndose como una amenaza potencial a la preservación de la identidad cultural y las tradiciones locales.

La **preservación de la identidad cultural y las tradiciones** del municipio se destacó como un aspecto crucial en el desarrollo turístico sostenible. Los/as participantes valoraron positivamente la riqueza de las tradiciones, fiestas y costumbres locales, y



enfataron la importancia de integrarlas de manera auténtica en la oferta turística.

Se discutió la necesidad de desarrollar **indicadores de sostenibilidad turística** que permitan monitorear y gestionar el impacto del turismo en la población local. Es por ello por lo que se requiere la incorporación de aspectos como identificación de la presión sobre los recursos naturales, el impacto en el coste de vida, la preservación del patrimonio cultural y la satisfacción de residentes con el desarrollo turístico. En la sesión con asociaciones y empresariado se debatió sobre la **capacidad de carga de los recursos** y la importancia de su cálculo.

La **educación y sensibilización** tanto de visitantes como de la población local sobre la importancia de un turismo sostenible se mencionó como una estrategia clave. Se sugirió la implementación de programas de educación ambiental y cultural para turistas, así como iniciativas de capacitación para residentes sobre cómo participar y beneficiarse del desarrollo turístico de manera sostenible.

De manera general, el análisis de las sesiones de trabajo revela un **consenso sobre la necesidad de desarrollar un modelo turístico sostenible** y de calidad para Icod de los Vinos, que aproveche sus recursos naturales y culturales únicos. Sin embargo, también se identifican importantes desafíos en términos de infraestructura, promoción, gestión y regulación que deben abordarse para alcanzar esta visión. La participación activa de diversos sectores de la comunidad en estas sesiones demuestra un interés compartido en el futuro turístico del municipio y proporciona una base para el desarrollo de estrategias futuras que equilibren el crecimiento económico con la preservación de la calidad de vida y la identidad local.

Para todos los desafíos comentados, se establecen las siguientes **propuestas de acción:**

- Desarrollar acciones de aprovechamiento sostenible de los recursos que ofrece el municipio.
- Recuperar y poner en valor la finca Boquín.



- Mejorar la gestión y el aprovechamiento turístico de la Cueva del Viento, fomentando la colaboración supramunicipal, incluyendo la posibilidad de crear un centro de visitantes similar al modelo de las Cuevas de Altamira.
- Recuperar y acondicionar los senderos del municipio, especialmente el sendero TF42 que perdió su homologación, para potenciar el turismo de senderismo.
- Crear rutas culturales, enológicas, accesibles y sostenibles que integren los diversos recursos naturales y patrimoniales del municipio. Se destacó la ruta de los templarios.
- Creación de itinerarios verdes creativos.
- Aprovechar la historia viva del municipio al ser una localidad histórica, dando a conocer las tradiciones.
- Desarrollar paquetes de rutas potentes vinculados a las tradiciones y la gastronomía local.
- Fomentar la creación de rutas por los viñedos, aprovechando el potencial enológico del municipio.
- Promover la colaboración público-privada para el desarrollo de ofertas turísticas relacionadas con los recursos naturales y

patrimoniales, como las rutas del vino y teniendo en consideración el patrimonio arqueológico del municipio.

- Peatonalizar ciertas calles del casco urbano para mejorar la experiencia del visitante y la calidad de vida de los residentes.
- Mejorar la planificación del transporte público para facilitar la conexión entre los diferentes atractivos turísticos del municipio.
- Desarrollar un plan de movilidad verdaderamente inclusivo que considere las necesidades de todos los visitantes, incluyendo aquellos con movilidad reducida.
- Implementar vehículos especiales (como, por ejemplo, un pequeño tren turístico por el casco y alrededores) que permitan a los turistas (especialmente dedicado a los turistas senior) explorar el pueblo de manera más cómoda y accesible.
- Reevaluar la ubicación de las paradas de guaguas turísticas para fomentar un mayor tránsito por la zona comercial.
- Invertir en la recuperación y homologación de senderos para potenciar el turismo de naturaleza.



- Mejorar la señalización y la información sobre transporte y accesibilidad en puntos clave del municipio.
- Fomentar campañas de influencers y marketing de contenidos, haciendo un mayor uso de las redes sociales.
- Crear paquetes turísticos que integren los diversos atractivos del municipio (tickets conjuntos) incluyendo rutas culturales, gastronómicas y naturales. Estos paquetes podrían promocionarse tanto a través de canales digitales como en colaboración con operadores turísticos.
- Mejorar la señalización y la información turística en puntos clave del municipio.
- Promocionar en mayor medida las festividades y eventos culturales de Icod, posicionándolos como razones adicionales para visitar el municipio.
- Fortalecer el equipo técnico de la concejalía de turismo, posiblemente mediante la contratación de especialistas en turismo y planificación estratégica.
- Desarrollar una planificación estratégica para el turismo en el municipio, que abarque aspectos como la promoción, la

gestión de recursos, la regulación de alojamientos y la mejora de infraestructuras.

- Implementar un sistema de regulación y registro para las viviendas vacacionales para garantizar un crecimiento turístico controlado y beneficioso para la población local.
- Crear mecanismos de colaboración público-privada para el desarrollo de nuevas ofertas turísticas, aprovechando el conocimiento y los recursos tanto del sector público como del privado. También de colaboración privada-privada, para que exista una gestión única independientemente del grupo de gobierno que esté al mando.

De manera añadida, se adjuntan los resultados de Mentimeter a la última pregunta **Ideas para impulsar nuestro turismo:**



Ilustración 8. Ideas para impulsar turismo en Icod Sesión grupal 1

Mentimeter

Ideas para impulsar nuestro turismo

Lograr financiación supramunicipal para los distintos proyectos pendientes	Peatonalizar calles y hacer un paquete de rutas guiadas potentes que permitan dar a conocer todo nuestro patrimonio, que ofrezca la posibilidad de disfrutar de nuestra gastronomía, tradiciones...	Acciones de aprovechamiento sostenible de los recursos que oferta el municipio	Crear rutas culturales, históricas, enológicas que sean accesibles y sostenibles. Trabajar por una regulación de los recursos alojativos que permitan tener una oferta sostenible y de calidad.
Rutas de visitas, que conecten, el Drago, La Cueva del Viento, y la zona comercial y gastronómica	Planificación y estrategia Conocimiento de nuestro patrimonio cultural y arquitectónico y por ende de la historia y sus tradiciones. Por supuesto ser conocedores del hándicap del terreno...	Peatonalización de la zona comercial, Recuperar Boquin y cueva del viento	Trabajar en nuestras debilidades para que se conviertan en fortalezas. Recuperar senderos, accesibilidad, regulación de VV...

Mentimeter

Ideas para impulsar nuestro turismo

Accesibilidad, Rutas Gastronómicas	Realizar una red de senderos. Apoyar a los diferentes clubes, que por la buena climatología y naturaleza para potenciar diferentes eventos a nivel nacional y europeo.	Recuperar rutas y/o senderos. Promoción de lugares de interés histórico. Que los buses aparquen en el Calvario para que el turista visite los comercios
------------------------------------	--	---

Ilustración 9. Ideas para impulsar turismo en Icod Sesión grupal 2

Mentimeter

Ideas para impulsar nuestro modelo turístico

coordinación en la Gobernanza del sector turístico entre los poderes públicos y el tejido económico empresarial municipal	Ampliar propuestas de ocio: bodegas, museos, gastronomía, deportivas...	Mayor dinamización del municipio a nivel cultural Fomentar las fortalezas de Icod en las redes sociales	Creación del Consejo Sectorial de Planificación y Gestión Turística del municipio en base al Reglamento Municipal de Participación Ciudadana vigente
---	---	---	--



5. Análisis DAFO

Como método para sintetizar los resultados extraídos de las dos primeras fases que componen el diagnóstico de Icod de los Vinos, se presenta el siguiente **análisis DAFO**, la aplicación de esta herramienta se considera fundamental para una correcta planificación estratégica.

El trabajo de análisis se lleva a cabo desde dos puntos de vista diferenciados: por un lado, se encuentran las **debilidades y fortalezas del municipio** o lo que se considera como las características internas; por otro lado, las características externas que se identifican a través del **estudio de las oportunidades y amenazas** a las que se enfrenta Icod de los Vinos en materia de turismo.

Entre las diversas y más notables **debilidades** se encuentra la falta de promoción digital efectiva, la insuficiencia en la infraestructura turística, la escasa oferta comercial y de ocio, así como la escasa coordinación entre actores locales. Además, la

carencia de personal cualificado y la percepción negativa sobre la limpieza, embellecimiento y seguridad en áreas turísticas contribuyen a una experiencia mejorable para los visitantes, afectando la imagen del municipio como destino.

En cuanto a las **amenazas** Icod enfrenta destaca la competencia de otros destinos cercanos, la potencial masificación en puntos turísticos clave y el impacto de las viviendas vacacionales ilegales. Asimismo, la degradación del entorno natural y los cambios en las preferencias de los turistas hacia un turismo más sostenible podrían poner en riesgo la calidad del destino.

A pesar de las debilidades y amenazas, Icod de los Vinos cuenta con numerosas **fortalezas** que pueden potenciar su atractivo turístico. La riqueza natural y cultural del municipio, junto con un clima favorable y una identidad cultural que destaca por sus tradiciones, ofrecen un gran potencial para atraer a diferentes tipos de turistas. Además, se destaca la hospitalidad de la población que contribuye a una experiencia positiva. La diversidad de potencial de la oferta turística, que incluye



enoturismo y actividades de naturaleza, también es un activo importante para el desarrollo del municipio.

Haciendo referencia a las **oportunidades** para Icod de los Vinos, el creciente interés por el turismo sostenible, la posibilidad de crear rutas turísticas que vincule diferentes tipos de turismo y la posibilidad de fomentar la colaboración entre el sector público y privado ofrecen vías claras para el desarrollo turístico. Además, la promoción de eventos culturales y el aprovechamiento de tecnologías pueden mejorar la visibilidad del municipio.

A continuación, se detallan los aspectos del DAFO:

5.1. Debilidades

- Datos demográficos que denotan una población generalmente envejecida.
- Limitaciones a nivel conectividad y acceso en comparación con otros municipios.
- Estado actual de la playa de San Marcos.

- Senderos y espacios de naturaleza abandonados, no acondicionados ni homologados.
- Falta de aparcamientos gratuitos acondicionados.
- Insuficiente señalización en los puntos clave, generando que los turistas piensen que solo se puede visitar el Drago.
- Estancia media en el municipio limitada, ocasionando un “turismo de una hora”.
- Falta de mapas, guías y rutas turísticas mejor definidas.
- Falta de aprovechamiento general de los recursos disponibles.
- Negocios y servicios turísticos con horarios limitados, dificultando la buena percepción de la oferta comercial y de ocio.
- Falta de una estrategia digital sólida para promocionar el municipio.
- Escasa promoción y marketing turístico.
- Escasa coordinación entre actores turísticos, tanto público-privado como privado-privado.



- Oferta turística fragmentada con atractivos turísticos desconectados entre sí, lo cual genera dificultades para que los visitantes disfruten de una experiencia integrada.
- Ausencia y falta de cualificación del personal, especialmente en idiomas y para la hostelería.
- Comercio envejecido.
- Adopción desigual de tecnologías digitales entre los negocios turísticos.
- Apariencia descuidada de algunas zonas del pueblo, incluyendo espacios públicos y edificios emblemáticos.
- Percepción negativa de la limpieza, embellecimiento y seguridad, derivada de problemas de delincuencia, vandalismo y falta de mantenimiento en áreas turísticas clave.
- Baja explotación de la identidad cultural, las tradiciones locales y el patrimonio cultural.
- Oferta limitada para turismo inclusivo, con problemas de accesibilidad.
- Falta de técnicos/as especializados en la administración local.

- Conexiones de transporte deficientes que dificultan la conexión entre recursos.
- Auge de viviendas vacacionales ilegales.
- Ubicación ineficaz de la oficina de turismo.
- Adopción variable y diversa en el uso de las nuevas tecnologías por parte del empresariado.

5.2. Amenazas

- Competencia con otros destinos en la isla, con mayor infraestructura y promoción.
- Alta concentración de turistas en el Drago, que genera percepción de masificación y de puesta en riesgo de la calidad del entorno.
- Aumento de la inseguridad en zonas turísticas clave (robos, vandalismo).
- Limitaciones en la gestión de recursos, como la Cueva del Viento y otros recursos como Iglesias o patrimonio de propiedad privada.



- Impacto negativo de las viviendas vacacionales ilegales, que está afectando a los alquileres residenciales y al tipo de turismo que llega a Icod.
- Pérdida de idiosincrasia y cultura local debido al auge de las viviendas vacacionales. Este auge podría provocar que los residentes de Icod se marchen por la subida de alquileres, afectando a la idiosincrasia del municipio.
- Cambio climático y erosión costera, que genera impacto sobre los recursos naturales como la Playa de San Marcos.
- Riesgo de deterioro de los recursos naturales y patrimoniales por falta de gestión adecuada o sobreexplotación.
- Conflictos entre residentes y turistas, ligados a la turismofobia.
- Potencial pérdida de turistas debido a la falta de accesibilidad, especialmente para el turismo senior.
- Turistas poco concienciados con la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente.
- Amenaza de un desarrollo turístico desequilibrado que beneficie solo a ciertas áreas del municipio.

- Posible dependencia de mercados internacionales, haciendo a Icod vulnerable a fluctuaciones económicas o problemas globales.
- Rapidez en los cambios en las preferencias de los turistas, generando que el enfoque actual del municipio quede obsoleto.

5.3. Fortalezas

- Crecimiento poblacional positivo.
- Economía principalmente centrada en el sector servicios que sustenta el desarrollo local.
- Riqueza patrimonial y recursos naturales y culturales valiosos, como el Drago Milenario, la Cueva del Viento o el casco histórico.
- Festividades locales y tradiciones, que además cuentan con potencial de una mayor explotación turística.
- Extensa masa forestal y variedad paisajística.



- Diversidad de atractivos turísticos en un espacio reducido (casco histórico, montaña, playas, área comercial, patrimonio cultural, arquitectónico y arqueológico)
- Amplio potencial de recursos turísticos que requieren de un aprovechamiento sostenible.
- Gastronomía canaria.
- Clima favorable durante todo el año, que puede permitir el impulso de actividades al aire libre para atraer a turistas.
- Predominio de empresas turísticas pequeñas y de propiedad local, lo que favorece un modelo de turismo sostenible.
- Creciente demanda turística, especialmente de visitantes internacionales.
- Población hospitalaria, que destaca por su amabilidad y disposición para recibir a los turistas, contribuyendo a una experiencia positiva.
- Interés en el turismo sostenible, siendo un objetivo común por parte de la población, empresariado y grupo político.
- Compromiso por parte del gobierno local para mejorar la infraestructura turística (como la Playa de San Marcos).

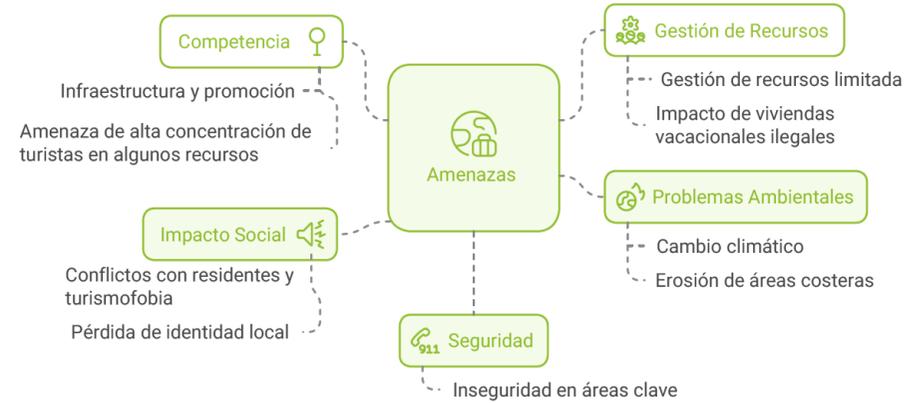
- Historia y patrimonio arquitectónico, con un casco histórico repleto de edificios emblemáticos.
- Potencial para actividades deportivas, gracias a la existencia de senderos y montaña.
- Tranquilidad.
- Sector privado con entusiasmo y tendencia hacia la mejora continua para ofertar cada día un mejor servicio.
- Consciencia general de la población y empresariado acerca de la importancia de la sostenibilidad.
- Identificación de turistas que repiten demostrando una fidelización de visitantes en Icod.

5.4. Oportunidades

- Crecimiento del turismo sostenible.
- Visión compartida de fomentar un turismo sostenible.
- Desarrollo turismo de naturaleza y senderismo.
- Amplio potencial de turismo enológico.
- Interés de mejorar la accesibilidad para conseguir un turismo accesible para todos/as.



- Posibilidad de puesta en valor entornos como la finca Boquín, entre otros, con la Cueva del Viento (Centro de Visitantes).
- Posibilidad de creación de rutas que combinen recursos naturales, culturales y gastronómicos que pueda enriquecer la experiencia del visitante y aumentar el tiempo de estancia.
- Colaboración entre sectores público-privado y privado-privado para fortalecer la cooperación en el sector turístico.
- Interés en el enoturismo para potenciar el desarrollo de rutas del vino pueden atraer a turistas interesados en la gastronomía y la cultura local.
- Margen para mejorar la formación en idiomas y habilidades de hostelería para el personal local.
- Posibilidad de fomentar la ampliación y mejora de la oferta gastronómica y de servicios, especialmente durante los fines de semana.
- Promoción de eventos culturales y las tradiciones, con potencial para atraer a más turistas y ayudar a distribuir el flujo turístico a lo largo del año.
- Aprovechamiento de tecnologías digitales, mediante de estrategias de marketing digital y presencia en redes sociales para mejorar la visibilidad del municipio.
- Educación y sensibilización ambiental, que promuevan el respeto por el medio ambiente y la cultura local pueden mejorar la percepción del destino y atraer a turistas responsables.
- Impulso de actividades al aire libre, gracias al incremento en la demanda de turismo activo, como senderismo y ciclismo.





6. Estrategia y Plan de Acción

En este apartado se presenta el trabajo realizado de identificación y propuesta de actuaciones a impulsar en el municipio de Icod de los Vinos, con la intención de dar respuesta a los resultados obtenidos a lo largo de las fases previas del proyecto.

Para ello se ha desarrollado un **Plan de Acción**, partiendo del enfoque y objetivos estratégicos trabajados junto a los agentes vinculados al proyecto, que se configura en diferentes niveles. Se presentan **46 actuaciones** concretas para su desarrollo, definidas dentro de **11 líneas estratégicas** que quedan vinculadas a **4 ejes de actuación**:

Eje 1 Gobernanza

Fortalecimiento de la gestión turística local y coordinación

- 1.1. interna
- 1.2. Impulso de la coordinación supramunicipal e intermunicipal
- 1.3. Gestión del patrimonio y regulación del entorno turístico

Eje 2 Infraestructura y acondicionamiento del municipio

- 2.1. Recuperación y mejora del espacio público y áreas naturales

- 2.2. Rehabilitación y creación de infraestructuras urbanas
- 2.3. Mejora de la conectividad y señalización urbana

Eje 3 Competitividad turística

- 3.1. Desarrollo de productos turísticos
- 3.2. Formación y digitalización del sector turístico
- 3.3. Impulso de la promoción turística

Eje 4 Sostenibilidad medioambiental

- 4.1. Sensibilización y educación ambiental
- 4.2. Gestión de residuos y recursos naturales

Cada una de las 46 actuaciones se presentan en fichas individuales en las que se puede consultar la descripción de sus características junto a la justificación por la cual se han considerado incluir en la estrategia. Las acciones recogidas en el Plan Estratégico de Turismo se relacionan, a su vez y en diferente medida, con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**. De igual manera se han planteado indicadores para la medición de cada una de ellas y se ha dotado de una temporalidad y presupuesto estimado.



Se ha diseñado el **Plan de Acción a 5 años en el periodo 2025-2029**, estimando la duración de cada acción, a sabiendas de que dependerá del alcance y las prioridades del Ayuntamiento en el momento de la implementación del Plan. Cabe destacar que se trata de una estimación, no indicándose como periodos estrictos. Será necesario una replanificación y análisis en la puesta en marcha del proyecto. Asimismo, existen actuaciones con potencial ejecución durante los 5 años, centradas en fortalecer el turismo en el municipio.

6.1. Fichas de acción

G.1.	
EJE	Gobernanza
LÍNEA ESTRATÉGICA	Fortalecimiento de la gestión turística local y coordinación interna
ACTUACIÓN	Mesas de trabajo entre todas las áreas del Ayuntamiento
JUSTIFICACIÓN	Esta actuación es esencial para asegurar la implementación efectiva del plan estratégico, ya que facilita la comunicación fluida entre las diferentes áreas del Ayuntamiento, permitiendo una visión global y coordinada de todas las acciones. Durante el proceso participativo y la planificación del plan, se identificó la necesidad de fortalecer la colaboración interna como un elemento clave para el éxito de las iniciativas. Las mesas de trabajo no solo permitirán un seguimiento continuo de los avances, sino que también fomentarán la identificación de sinergias, mejorando la capacidad de respuesta del Ayuntamiento a las necesidades del municipio y asegurando que todas las áreas trabajen de manera alineada hacia los objetivos comunes.
DESCRIPCIÓN	La creación de mesas de trabajo entre todas las áreas del Ayuntamiento tiene como propósito establecer un espacio de comunicación, coordinación y colaboración entre las distintas áreas del Ayuntamiento. Las mesas permitirán compartir información sobre las acciones en marcha por cada área, alinear objetivos y garantizar que las actuaciones planificadas en el marco del plan estratégico se ejecuten de manera eficiente. A través de estas reuniones periódicas, se busca optimizar recursos, evitar duplicidades y promover la transparencia en la gestión de las diferentes iniciativas.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	Facilitar la comunicación y el intercambio de información entre las áreas municipales. Mejorar la coordinación entre las áreas municipales. Fomentar la ejecución de los planes y acciones diseñadas.
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Definición de objetivos y alcance. Identificación de áreas participantes. Designación de responsables o coordinadores/as para liderar las reuniones. Calendario de reuniones mensuales o bimensuales. Preparación de contenidos.



	Redacción de actas y acuerdos. Evaluación de resultados.		
PRESUPUESTO	1 - 3.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Ene. 2025	FECHA FIN Dic. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 16 - Paz, justicia e instituciones sólidas. ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos.		
INDICADORES	Número de mesas de trabajo planificadas. Número de mesas de trabajo finalmente ejecutadas. Número de acuerdos alcanzados. Porcentaje de asistencia de las áreas convocadas a las reuniones.		



G.2.	
EJE	Gobernanza
LÍNEA ESTRATÉGICA	Fortalecimiento de la gestión turística local y coordinación interna
ACTUACIÓN	Creación de Consejo Sectorial de turismo
JUSTIFICACIÓN	El turismo es un sector económico clave y su desarrollo debe ser planificado de forma colaborativa para garantizar su sostenibilidad e impacto positivo. La creación de un Consejo Sectorial de Turismo responde a la necesidad de integrar las perspectivas de todos los actores involucrados, permitiendo una planificación más participativa y eficaz. Además, un órgano de este tipo mejora la capacidad del municipio para adaptarse a cambios en el mercado turístico y generar confianza en la gestión pública. El consejo también fomenta la cohesión entre actores, evitando duplicidades, identificando sinergias y alineando los esfuerzos hacia objetivos comunes.
DESCRIPCIÓN	Se trata de crear un Consejo Sectorial de Turismo como órgano consultivo y de participación que reúna a representantes clave del gobierno local de Icod, empresariado del sector turístico, asociaciones, expertos, organizaciones medioambientales, asociaciones culturales... que cuenten con un compromiso para el turismo en el municipio. El Consejo se centrará en coordinar y fomentar el diálogo entre los distintos agentes implicados en el turismo del municipio, asegurando que las políticas y estrategias turísticas respondan a las necesidades locales, sean sostenibles y aprovechen al máximo los recursos disponibles. Actuará como un espacio para el diseño colaborativo de iniciativas turísticas, promoviendo el impacto socioeconómico, la sostenibilidad y la preservación del patrimonio cultural y natural de Icod.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Crear un espacio formal de diálogo.</p> <p>Impulsar la colaboración entre actores del sector turístico.</p> <p>Asegurar la sostenibilidad en la planificación y desarrollo del turismo municipal.</p> <p>Reforzar la competitividad de Icod como destino turístico.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Identificación y selección de miembros.</p> <p>Gestiones administrativas y técnicas.</p> <p>Diseño y aprobación de reglamento.</p> <p>Constitución formal del Consejo.</p> <p>Reuniones iniciales.</p>



	Diseño de hoja de ruta. Ejecución y coordinación de actividades. Evaluación de resultados anual.		
PRESUPUESTO	1 - 3.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Mar. 2025	FECHA FIN Dic. 2025
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles.</p> <p>ODS 12 - Producción y consumo responsables.</p> <p>ODS 16 - Paz, justicia e instituciones sólidas.</p> <p>ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos.</p>		
INDICADORES	<p>Número de miembros.</p> <p>Número de reuniones del Consejo planificadas.</p> <p>Número de reuniones del Consejo ejecutadas.</p> <p>Número de iniciativas turísticas respaldadas por el Consejo.</p>		



G.3.	
EJE	Gobernanza
LÍNEA ESTRATÉGICA	Fortalecimiento de la gestión turística local y coordinación interna
ACTUACIÓN	Mesas de turismo público-privadas periódicas
JUSTIFICACIÓN	Se requiere de una comunicación constante y efectiva fomentando la colaboración público-privada. Las mesas permitirán democratizar la toma de decisiones al incluir la voz de la ciudadanía, fortalecer la relación entre el gobierno y el sector privado y garantizar que las políticas turísticas sean inclusivas y estén alineadas con las demandas reales.
DESCRIPCIÓN	Las mesas de turismo público-privadas periódicas se celebrarán como foros de participación abierta que buscarán fomentar la colaboración entre el sector público, el sector privado y la ciudadanía en el ámbito del turismo. Las mesas tienen como propósito crear un espacio inclusivo donde se puedan compartir propuestas, identificar problemáticas y coordinar soluciones en materia turística. En cada reunión, el gobierno local, el empresariado, asociaciones vecinales, culturales, de empresarios, de comercio... trabajarán conjuntamente para fortalecer la gestión del turismo en el municipio, garantizando que las decisiones y estrategias respondan a las necesidades reales de los actores implicados. Se plantea celebrarlas de manera trimestral o semestral.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Promover la participación activa de la ciudadanía en la planificación y gestión del turismo.</p> <p>Mejorar la coordinación y colaboración entre los sectores público y privado.</p> <p>Detectar necesidades específicas en materia turística de forma ágil.</p> <p>Fortalecer la confianza y la transparencia en la gestión turística municipal.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Definición de objetivos y estructura de las mesas.</p> <p>Anuncio de fechas y convocatoria abierta.</p> <p>Preparación de agenda y reuniones.</p> <p>Desarrollo de reuniones.</p> <p>Registro de aportaciones y acuerdos.</p> <p>Elevación a Consejo Sectorial de Turismo.</p> <p>Seguimiento de acuerdos.</p> <p>Evaluación de resultados anual.</p>



PRESUPUESTO	1 - 3.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Feb. 2025	FECHA FIN	Jul. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 10 - Reducción de las desigualdades. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 16 - Paz, justicia e instituciones sólidas. ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos.			
INDICADORES	Número de mesas de trabajo planificadas. Número de mesas de trabajo finalmente ejecutadas. Número de acuerdos alcanzados. Porcentaje de asistencia de las áreas convocadas a las reuniones.			



G.4.	
EJE	Gobernanza
LÍNEA ESTRATÉGICA	Fortalecimiento de la gestión turística local y coordinación interna
ACTUACIÓN	Trabajos para la ampliación de personal técnico área de turismo
JUSTIFICACIÓN	La insuficiencia de personal técnico en el área de turismo representa una debilidad estructural que limita la capacidad del Ayuntamiento para liderar y gestionar de manera efectiva el desarrollo turístico. Contar con técnicos especializados es esencial para garantizar una planificación eficiente. Sin este recurso humano, el Ayuntamiento carece de la capacidad técnica necesaria para aprovechar plenamente su potencial turístico, dificultando la implementación de políticas sostenibles y competitivas.
DESCRIPCIÓN	La ampliación de personal técnico en el área de turismo consiste en un conjunto de acciones destinadas a dotar a la concejalía de turismo del Ayuntamiento con recursos humanos especializados, necesarios para gestionar de manera eficiente las actividades y estrategias vinculadas al turismo municipal. La actuación incluye pasos como el desarrollo del informe de necesidad, la aprobación en el Pleno y los trámites para lanzar la convocatoria de empleo así como la evaluación de solicitudes.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Incorporar personal técnico especializado al área de turismo.</p> <p>Mejorar la capacidad técnica y operativa del área de turismo.</p> <p>Aumentar la calidad y profesionalización en la gestión de iniciativas turísticas.</p> <p>Garantizar una planificación eficiente y alineada con las demandas del sector turístico.</p> <p>Establecer un equipo técnico sólido en el tiempo.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Análisis interno e informe de necesidad.</p> <p>Planificación de trámites a ejecutar.</p> <p>Incorporación plaza en RPT.</p> <p>Gestión o dotación presupuestaria.</p> <p>Convocatoria pública.</p> <p>Selección.</p> <p>Resolución y nombramiento.</p>



	Evaluación de resultados.			
PRESUPUESTO	1 - 3.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Mar. 2025	FECHA FIN	Oct. 2025
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 16 - Paz, justicia e instituciones sólidas. ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos.			
INDICADORES	Número de nuevos técnicos contratados en el área de turismo. Presupuesto asignado y ejecutado para la contratación de personal. Porcentaje de necesidades técnicas cubiertas tras la ampliación.			

G.5.	
EJE	Gobernanza
LÍNEA ESTRATÉGICA	Fortalecimiento de la gestión turística local y coordinación interna
ACTUACIÓN	Puesta en marcha del plan estratégico y seguimiento
JUSTIFICACIÓN	Se trata de una necesidad crucial para que el municipio pueda desarrollar un modelo turístico coherente, competitivo y sostenible. Sin una implementación efectiva de las acciones planificadas en el presente documento, el riesgo de no aprovechar las oportunidades de crecimiento y desarrollo del sector es alto. Además, realizar una evaluación constante permitirá identificar áreas de mejora y realizar ajustes que optimicen los resultados a lo largo del proceso.
DESCRIPCIÓN	La puesta en marcha del presente plan estratégico de turismo se enfoca en la ejecución de las acciones definidas en el documento estratégico para garantizar que los objetivos establecidos se logren de manera efectiva y sostenible. La actuación incluye la asignación de los recursos necesarios, tanto humanos como financieros, los ajustes en el cronograma y la definición clara de roles y responsabilidades entre los diferentes actores involucrados, como el Ayuntamiento, el sector privado y otras partes interesadas. A través de una comunicación adecuada, se dará a conocer el plan a todos los grupos involucrados y se establecerán los procedimientos de trabajo, que se podrán trabajar en las mesas de trabajo descritas anteriormente. Esto garantizará que el plan se ejecute conforme a lo previsto y que se logren los resultados esperados en el tiempo establecido.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Ejecutar el presente plan de acción de turismo.</p> <p>Asegurar una gestión de recursos eficiente.</p> <p>Evaluar y ajustar el progreso de los proyectos para alcanzar los objetivos establecidos.</p> <p>Posicionar Icod como destino de naturaleza, tranquilidad y cultura.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Adaptación del cronograma.</p> <p>Formalización de recursos.</p> <p>Difusión del plan.</p> <p>Inicio de proyectos clave.</p> <p>Establecimiento de sistema de seguimiento.</p> <p>Evaluación periódica y ajustes necesarios de recursos y cronograma.</p>



	Evaluación de resultados finales.		
PRESUPUESTO	1 - 3.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Ene. 2025	FECHA FIN
			Dic. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles.</p> <p>ODS 12 - Producción y consumo responsables.</p> <p>ODS 16 - Paz, justicia e instituciones sólidas.</p> <p>ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos.</p>		
INDICADORES	<p>Porcentaje de acciones del plan ejecutadas en el plazo establecido.</p> <p>Número de proyectos turísticos completados o en ejecución.</p> <p>Evaluación positiva del seguimiento y ajustes realizados en el plan estratégico.</p>		



G.6.	
EJE	Gobernanza
LÍNEA ESTRATÉGICA	Impulso de la coordinación supramunicipal e intermunicipal
ACTUACIÓN	Impulso en la comunicación e insistencia a administraciones supramunicipales
JUSTIFICACIÓN	El municipio enfrenta una desventaja en términos de visibilidad y apoyo por parte de las administraciones supramunicipales, lo que ha llevado a una falta de desarrollo y mejora de recursos turísticos clave como la playa de San Marcos, que debería ser de interés insular y la Cueva del Viento, que es de titularidad del Cabildo de Tenerife. Mientras que otras zonas del sur de la isla reciben una mayor atención y recursos, el norte sigue siendo relegado, a pesar de su enorme potencial para el turismo de calidad y para ofrecer un turismo sostenible, de naturaleza y tranquilidad. La falta de apoyo institucional está limitando el crecimiento del turismo y se podría mejorar la coordinación entre los diferentes niveles de administración, para que no afecte directamente al desarrollo económico y turístico del municipio.
DESCRIPCIÓN	Con esta actuación se trata de aumentar la presión sobre el Gobierno de Canarias y el Cabildo de Tenerife, o incluso el Gobierno de España, para que apoyen en el desarrollo y recuperación de los recursos turísticos del municipio. En particular, se busca recuperar finalmente la playa de San Marcos e impulsar en mayor medida la Cueva del Viento, dos elementos clave para el atractivo turístico local, que actualmente no cuentan con el respaldo requerido. La actuación se centrará en ejercer presión para obtener los apoyos necesarios, destacando la importancia del municipio y de dichos recursos tanto para el turismo de naturaleza y tranquilidad como para la proyección internacional del destino. Se buscará la movilización de recursos financieros para los proyectos pendientes, con especial énfasis en obtener financiación supramunicipal para llevar a cabo las actuaciones necesarias. La actuación también se centrará en defender la necesidad de diversificar la oferta turística de la isla, priorizando el norte de la isla como un destino de calidad y diferente al existente en el sur de Tenerife, que se ha priorizado en términos de financiación e infraestructura.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Aumentar la presión sobre las administraciones supramunicipales.</p> <p>Establecer una comunicación fluida y constante con las administraciones regionales y nacionales.</p> <p>Lograr financiación supramunicipal para proyectos turísticos.</p> <p>Reforzar la visibilidad del municipio como destino turístico importante dentro de la isla.</p> <p>Diversificar la oferta turística de la isla.</p>



	Impulsar el municipio turísticamente.		
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Identificación de necesidades. Definición de objetivos de comunicación. Solicitud de reuniones con representantes. Ejecución de reuniones y presentación de proyectos. Búsqueda de financiación. Evaluación de resultados y puntos de mejora.		
PRESUPUESTO	1 - 3.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Ene. 2025	FECHA FIN Jun. 2026
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 16 - Paz, justicia e instituciones sólidas. ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos.		
INDICADORES	Número de necesidades identificadas. Número de contactos y reuniones establecidas. Grado de éxito de las reuniones. Número de proyectos obtenidos.		



G.7.	
EJE	Gobernanza
LÍNEA ESTRATÉGICA	Impulso de la coordinación supramunicipal e intermunicipal
ACTUACIÓN	Alianzas con municipios cercanos para sinergia turística
JUSTIFICACIÓN	Actuaciones como esta son realmente importantes para poder abordar retos comunes y aprovechar el máximo potencial del norte de la isla de Tenerife. Este tipo de alianzas permitirá compartir necesidades, optimizar inversiones y posicionar el norte de Tenerife como un destino conjunto, mejorando su visibilidad, alcance promocional y atractivo.
DESCRIPCIÓN	La actuación consiste en establecer alianzas estratégicas con municipios cercanos o limítrofes (como Garachico, Santiago del Teide, La Orotava...) para desarrollar un enfoque turístico conjunto, maximizando los recursos compartidos y creando sinergias que potencien la competitividad de la región como destino turístico. Las alianzas buscarán fomentar la cooperación en áreas clave como la promoción turística, el desarrollo de rutas conjuntas o la organización de eventos temáticos. Esta colaboración se basará en la identificación de recursos turísticos complementarios y el diseño de productos turísticos integrados, evitando duplicidades y promoviendo un turismo sostenible y de calidad. Además, las alianzas incluirán mecanismos de diálogo constante para evaluar los avances y ajustar las estrategias según las necesidades del mercado y las capacidades de los municipios implicados.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Establecer mecanismos de cooperación entre municipios para el desarrollo turístico.</p> <p>Diseñar y lanzar productos turísticos que combinen los recursos de los municipios aliados.</p> <p>Aumentar la visibilidad y competitividad de la zona norte de Tenerife.</p> <p>Optimizar recursos económicos y técnicos mediante trabajo colaborativo.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Reunión inicial con representantes municipales.</p> <p>Creación de una mesa intermunicipal de turismo.</p> <p>Mapeo de recursos turísticos complementarios.</p> <p>Diseño de rutas y estrategias conjuntas.</p> <p>Campañas promocionales conjuntas.</p> <p>Organización de eventos.</p> <p>Evaluación de resultados.</p>



PRESUPUESTO	7.001 - 15.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Ene. 2027	FECHA FIN	Abr. 2027
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 10 - Reducción de las desigualdades. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos.</p>			
INDICADORES	<p>Número de reuniones realizadas entre los municipios para coordinar estrategias turísticas. Número de ideas puestas en marcha. Número de eventos organizados. Número de acciones promocionales.</p>			



G.8.	
EJE	Gobernanza
LÍNEA ESTRATÉGICA	Gestión del patrimonio y regulación del entorno turístico
ACTUACIÓN	Regulación de viviendas vacacionales
JUSTIFICACIÓN	La regulación de las viviendas es muy importante para el municipio debido al crecimiento del número de viviendas vacacionales ilegales, que desequilibran el mercado residencial y turístico. Las viviendas sin licencia provocan el aumento de los precios y reducen la oferta para residentes, afectando la estabilidad social y el desarrollo sostenible. Aunque el turismo vacacional es una oportunidad económica que dinamiza los comercios locales, la falta de regulación impide su operación ordenada y sostenible. La ausencia de un modelo turístico claro dificulta la implementación de políticas que armonicen ambos mercados. La regulación, apoyada por el Decreto 31/2024, busca proteger el acceso a la vivienda residencial, mejorar la calidad turística y fortalecer la economía municipal, contribuyendo a un desarrollo sostenible y competitivo.
DESCRIPCIÓN	Esta acción se centrará en regular las viviendas de uso turístico en el municipio, atendiendo a las demandas identificadas en el proceso participativo del proyecto. Basándola en el marco normativo del Decreto 31/2024, se busca atender a la proliferación descontrolada de viviendas vacacionales ilegales que han impactado negativamente en el acceso a la vivienda residencial. El enfoque estará en establecer un modelo equilibrado que permita el desarrollo de un turismo de calidad, asegurando que las viviendas se concentren en zonas estratégicas como por ejemplo la costa, el casco histórico y las áreas altas de interés senderista, mientras se protege el uso residencial en otras zonas más vulnerables a la saturación. Se planteará la realización de un plan integral de ordenación en este ámbito que incluya la definición de estándares mínimos de calidad para las viviendas vacacionales, promoviendo un turismo que aporte valor añadido al municipio. Se pondrán en marcha campañas de regularización para orientar a los propietarios en el cumplimiento de la normativa, mientras se idean y desarrollan mecanismos de inspección y sanción efectivos para garantizar la legalidad de las operaciones. La acción se alinea con el objetivo de posicionar al municipio como destino turístico competitivo y sostenible que potencie su economía local sin comprometer la calidad de vida de residentes.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	Reducir la presión sobre el mercado residencial y mejorar el acceso a la vivienda. Potenciar un turismo de calidad que beneficie a la economía local.



	<p>Garantizar la coexistencia armoniosa entre residentes y turistas. Fomentar el turismo sostenible. Mejorar la calidad de vida de residentes.</p>			
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Recopilación de datos sobre cantidad y ubicación de viviendas. Solicitud de datos a plataformas de gestión de reservas. Análisis de impacto económico, social y urbanístico. Planteamiento para la definición de áreas específicas para las viviendas. Ejecución de trámites. Campaña informativa. Diseño y ejecución de mecanismos de inspección y sanción. Definición de estándares mínimos de calidad y sostenibilidad. Evaluación de resultados.</p>			
PRESUPUESTO	15.001 - 30.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Sep. 2025	FECHA FIN	Mar. 2026
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos.</p>			
INDICADORES	<p>Porcentaje de viviendas regularizadas respecto al total. Número de áreas decididas para vivienda vacacional.</p>			



G.9.	
EJE	Gobernanza
LÍNEA ESTRATÉGICA	Gestión del patrimonio y regulación del entorno turístico
ACTUACIÓN	Análisis de la seguridad y presencia policial
JUSTIFICACIÓN	La seguridad es un pilar fundamental para garantizar la calidad de vida de residentes y la experiencia positiva de visitantes en el municipio. En los últimos años, se ha detectado un aumento en la frecuencia de actos vandálicos, robos y pintadas, especialmente en la plaza principal, que es un espacio emblemático y un punto de encuentro. Las problemáticas afectan no solo la percepción de seguridad, sino también la imagen del municipio como destino turístico y su atractivo para eventos culturales y sociales. La falta de seguridad ha sido señalada como una preocupación recurrente durante los procesos participativos, subrayando la necesidad de reforzar la presencia policial y de implementar medidas preventivas más efectivas.
DESCRIPCIÓN	El Ayuntamiento llevará a cabo un análisis integral de la seguridad en el municipio, con especial atención a la plaza principal y otros puntos clave afectados por robos, vandalismo y pintadas. La actuación incluirá la identificación de zonas con mayor vulnerabilidad para saber si es necesario reforzar la presencia policial y mejorar las condiciones de seguridad. El proceso también involucrará consultas con la población para entender las percepciones locales sobre la inseguridad y recoger propuestas ciudadanas para soluciones efectivas.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	Incrementar la percepción de seguridad entre residentes y visitantes. Mejorar la coordinación entre el Ayuntamiento y las fuerzas de seguridad. Reducir la incidencia de robos, vandalismo y pintadas en las zonas críticas del municipio. Mejorar la calidad de vida de residentes.
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Análisis de datos de seguridad. Mapeo zonas vulnerables. Consulta ciudadana. Diseño de soluciones. Búsqueda de recursos. Evaluación de resultados.



PRESUPUESTO	1 - 3.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Sep. 2027	FECHA FIN	Dic. 2027
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 16 - Paz, justicia e instituciones sólidas. ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos.			
INDICADORES	Número de participantes en actividades de participación. Número de incidentes delictivos reportados antes y después de la intervención. Incremento en el nivel de satisfacción ciudadana con la seguridad (medido a través de encuestas).			



G.10.			
EJE	Gobernanza		
LÍNEA ESTRATÉGICA	Gestión del patrimonio y regulación del entorno turístico		
ACTUACIÓN	Establecimiento de acuerdos con patrimonio eclesiástico		
JUSTIFICACIÓN	El patrimonio eclesiástico del municipio representa un recurso cultural de gran interés turístico. Sin embargo, la falta de acceso regular a las iglesias impide a visitantes disfrutar de este patrimonio desde su interior. Este problema se ha visto agravado por la rotación frecuente de párrocos, ya que ha impedido que los acuerdos se mantengan en el tiempo. Abordar estas limitaciones permitirá diversificar la oferta turística.		
DESCRIPCIÓN	Se procederá a la formalización de acuerdos con el patrimonio eclesiástico para garantizar el acceso turístico a las principales iglesias del municipio, tales como la Iglesia de San Marcos y la Iglesia de San Agustín. La actuación incluirá reuniones con los párrocos para dar a conocer el valor cultural y turístico de estas edificaciones, además de la redacción de convenios formales que regulen la apertura de estos espacios para visitas turísticas. Asimismo, se definirá un marco que asegure la sostenibilidad de los acuerdos, independientemente de los cambios de responsables parroquiales.		
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Formalizar acuerdos estables con el patrimonio eclesiástico.</p> <p>Garantizar el acceso turístico a iglesias del municipio.</p> <p>Incrementar la oferta de turismo cultural del municipio.</p> <p>Mejorar la experiencia turística y la valoración del patrimonio local.</p>		
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Identificación estado de accesibilidad de las iglesias.</p> <p>Revisión de acuerdos.</p> <p>Análisis de obstáculos.</p> <p>Organización de reuniones.</p> <p>Redacción de convenios de colaboración.</p> <p>Establecimiento de horarios y condiciones para visitas guiadas.</p> <p>Evaluación de resultados.</p>		
PRESUPUESTO	1 - 3.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Sep. 2025	FECHA FIN
			Oct. 2025



ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos.
INDICADORES	Número de acuerdos formalizados. Número de visitas.



G.11.	
EJE	Gobernanza
LÍNEA ESTRATÉGICA	Gestión del patrimonio y regulación del entorno turístico
ACTUACIÓN	Análisis de información turística recogida por oficinas de turismo
JUSTIFICACIÓN	La reciente implementación de la recopilación de datos en la oficina de turismo constituye un avance significativo para la gestión turística del municipio, ya que aporta información clave sobre el comportamiento y las preferencias de los visitantes. Sin embargo, esta información no puede cumplir su potencial sin un análisis detallado que la traduzca en acciones concretas. Comprender quiénes son los turistas, qué buscan y cómo interactúan con Icod es esencial para orientar las estrategias de promoción, adaptar la oferta turística y fortalecer la competitividad del municipio como destino. Asimismo, en un contexto de cambio en las dinámicas turísticas, disponer de un análisis preciso permitirá tomar decisiones basadas en evidencias para atender las demandas del mercado y mejorar la experiencia del visitante.
DESCRIPCIÓN	La actuación consistirá en el análisis de los datos recogidos por la oficina de turismo del municipio sobre visitantes y turistas que acuden a Icod. A partir de esta base de datos inicial, se elaborará un informe detallado que permita comprender los patrones y perfiles de los turistas, identificar tendencias y detectar áreas de mejora en la oferta turística. El análisis servirá para diseñar estrategias más efectivas y acciones dirigidas a potenciar el turismo en el municipio.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Analizar en profundidad los datos recopilados sobre turistas y visitantes.</p> <p>Mejorar la toma de decisiones desde la administración, basada en datos.</p> <p>Diseñar estrategias realistas.</p> <p>Identificar tendencias.</p> <p>Mejorar la competitividad del destino.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Revisión de los datos recopilados.</p> <p>Análisis de la información.</p> <p>Identificación de patrones y perfiles turísticos predominantes.</p> <p>Detección de oportunidades y desafíos.</p> <p>Elaboración de informe.</p> <p>Propuesta de acciones.</p>



	Evaluación de resultados.			
PRESUPUESTO	1 - 3.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Ene. 2025	FECHA FIN	Jun. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos.			
INDICADORES	Número de datos analizados. Número de preferencias y patrones identificados. Número de propuestas diseñadas.			



<i>1.1.</i>	
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio
LÍNEA ESTRATÉGICA	Recuperación y mejora del espacio público y áreas naturales
ACTUACIÓN	Recuperación de la playa de San Marcos
JUSTIFICACIÓN	La playa ha sufrido una notable pérdida de arena, especialmente cuando la marea sube, debido la piedra escollera en la zona conocida de los chorros del muelle. Los turistas continúan preguntando por la playa, estando en un estado inadecuado, lo que ha ocasionado una disminución en el flujo turístico. El deterioro de la zona es cada vez más notorio, al haberse reducido el número de establecimientos por la zona lo cual impide que sea una zona con vitalidad en términos económicos. Esta situación no depende únicamente de los esfuerzos locales, sino que requiere del apoyo y la colaboración de otras administraciones, como el Gobierno de Canarias y/o el Cabildo de Tenerife, para poder recuperar y revitalizar la playa.
DESCRIPCIÓN	La recuperación de la playa de San Marcos es una prioridad y actualmente se encuentra pendiente de ejecución. El proyecto ya está completamente definido, con una inversión estimada en torno a los 6 millones de euros. En este momento, solo resta avanzar a la fase de licitación para su puesta en marcha. Aunque se había iniciado un principio de negociación con el Gobierno de España, aún no se ha concretado un compromiso formal, ni por parte del Cabildo ni del Gobierno de Canarias. Es por ello que es tan importante la ejecución anterior de la actuación Impulso en la comunicación e insistencia a administraciones supramunicipales. Esta playa, considerada un referente turístico, representa una parte fundamental para la atracción de visitantes y el impulso de la economía local. Se realizará una primera fase de reitrada y retranqueo de parte del muelle en la que se liberará la piedra escollera. En fases posteriores, en 2027, se continuará con el resto del proyecto.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Recuperar la playa como recurso turístico clave para Icod. Prevenir futuros episodios de erosión. Incrementar el flujo de turistas. Revitalizar la economía local. Mejorar la percepción y experiencia de visitantes al municipio. Mejorar la calidad de vida de residentes.



PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Negociación y formalización de acuerdos con administraciones. Búsqueda de financiación. Permisos. Proceso de licitación. Ejecución de obras. Creación de infraestructuras complementarias para el uso sostenible de la playa. Revitalización del entorno. Diseño de actividades y eventos turísticos en la playa para incrementar su atractivo. Evaluación de resultados.</p>			
PRESUPUESTO	6 millones de euros (primera fase de 1,9 millones)			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Sep. 2025	FECHA FIN	Dic. 2027
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 13 - Acción por el clima. ODS 14 - Vida submarina. ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos.</p>			
INDICADORES	<p>Grado de apoyo de otras administraciones. Porcentaje de recuperación de la arena. Cumplimiento de los plazos establecidos. Grado de reducción del impacto de la erosión. Porcentaje de incremento en la actividad económica local</p>			



1.2.	
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio
LÍNEA ESTRATÉGICA	Recuperación y mejora del espacio público y áreas naturales
ACTUACIÓN	Mejora de la accesibilidad del Parque del Drago
JUSTIFICACIÓN	La necesidad de mejorar la accesibilidad del Parque del Drago radica en garantizar que todas las personas, independientemente de su capacidad física o edad, puedan disfrutar del espacio. En el contexto actual, muchas personas con movilidad reducida o mayores enfrentan barreras físicas en el parque que dificultan su acceso a áreas clave y a los beneficios que ofrece este espacio. Se ve necesario apoyar la cohesión social y mejorar la calidad de vida de la ciudadanía.
DESCRIPCIÓN	La actuación para la mejora de la accesibilidad del Parque del Drago comenzará con un estudio preliminar de accesibilidad que permita identificar los puntos críticos donde la infraestructura actual no favorece el acceso a personas con movilidad reducida y personas mayores. Se evaluarán los caminos, accesos, mobiliario... y se tendrá en cuenta las normativas y estándares vigentes en accesibilidad. A partir de los resultados obtenidos, se diseñarán acciones para realizar las modificaciones necesarias. Posteriormente, se llevará a cabo la implementación de mejoras, como por ejemplo la creación de caminos accesibles, instalación de rampas, adecuación de áreas de descanso con bancos adaptados, mejora de la señalización... Todo ello irá enfocado a crear un espacio inclusivo, seguro y cómodo para todos los visitantes del parque, permitiendo que las personas con movilidad reducida y mayores puedan disfrutar plenamente de las instalaciones.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Mejorar la accesibilidad del Parque del Drago.</p> <p>Crear un entorno inclusivo.</p> <p>Mejorar la calidad de vida.</p> <p>Promover la integración.</p> <p>Incrementar la satisfacción de visitantes.</p> <p>Fomentar un turismo inclusivo y sostenible.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Estudio preliminar de accesibilidad.</p> <p>Revisión cumplimiento con normativa.</p> <p>Diseño de acciones.</p> <p>Búsqueda de financiación.</p>



	Solicitud permisos. Proceso de licitación. Ejecución de mejoras. Revisión y pruebas de accesibilidad. Difusión. Evaluación de resultados.		
PRESUPUESTO	50.001 - 75.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Ene. 2026	FECHA FIN
			Mar. 2026
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 3 - Salud y bienestar. ODS 10 - Reducción de las desigualdades. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles.		
INDICADORES	Número de necesidades identificadas. Número de caminos adaptados. Número de rampas y acceso mejorados. Grado de satisfacción de usuarios/as. Número de personas con movilidad reducida que visitan el parque. Número de personas mayores a que visitan el parque.		



1.3.	
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio
LÍNEA ESTRATÉGICA	Recuperación y mejora del espacio público y áreas naturales
ACTUACIÓN	Recuperación Finca Boquín
JUSTIFICACIÓN	La Finca Boquín, debido a su riqueza natural y su representatividad de ecosistemas autóctonos, tiene un alto potencial como recurso turístico y educativo. Actualmente, se encuentra infrautilizada, perdiendo la oportunidad de atraer a turistas interesados en el ecoturismo y en el conocimiento del patrimonio natural de la isla. Además, el acondicionamiento fomentará la conservación de los ecosistemas locales al integrar el turismo con estrategias de preservación ambiental. El proyecto beneficiará la economía del municipio mediante el aumento del flujo turístico y servirá como una herramienta de sensibilización ambiental, promoviendo el respeto por la biodiversidad insular.
DESCRIPCIÓN	La actuación consistirá en la rehabilitación y acondicionamiento de la Finca Boquín con un destacado valor ambiental y paisajístico. El espacio alberga uno de los palmerales mejor conservados de la isla, junto a una rica diversidad de flora autóctona que incluye dragos, vináticos, fayas y barbusanos. El proyecto se centrará en transformar el área en un recurso turístico de calidad de manera sostenible, ofreciendo experiencias como rutas guiadas y autoguiadas a través de senderos señalizados. Se instalará señalética educativa con explicaciones sobre la flora y los pisos bioclimáticos presentes. La finca se diseñará como un espacio accesible, atractivo y sostenible, orientado a visitantes locales y extranjeros interesados en el ecoturismo y la educación ambiental.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Acondicionar la finca como recurso turístico sostenible.</p> <p>Diversificar la oferta turística.</p> <p>Incrementar la afluencia turística al municipio.</p> <p>Generar ingresos económicos y empleos locales.</p> <p>Incrementar la satisfacción de visitantes.</p> <p>Fomentar un turismo inclusivo y sostenible.</p>



PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Estudio técnico inicial. Rehabilitación y acondicionamiento. Diseño de material informativo. Instalación de señalética. Diseño de rutas guiadas. Capacitación a guías. Promoción y apertura. Evaluación de resultados.</p>			
PRESUPUESTO	30.001 - 50.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Ene. 2028	FECHA FIN	Sep. 2028
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres.</p>			
INDICADORES	<p>Número de acciones de acondicionamiento necesarias. Número de acciones de acondicionamiento ejecutadas. Número de paneles de señalización e información instalador. Número de guías capacitados.</p>			



1.4.	
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio
LÍNEA ESTRATÉGICA	Recuperación y mejora del espacio público y áreas naturales
ACTUACIÓN	Rehabilitación, puesta a punto y mantenimiento de senderos
JUSTIFICACIÓN	La necesidad de rehabilitar y mantener los senderos radica en que el municipio cuenta con una rica oferta natural, especialmente para el turismo de naturaleza, pero los senderos actuales están en mal estado y no son accesibles ni seguros para personas usuarias. La falta de señalización adecuada, el deterioro de los caminos y la pérdida de la homologación de algunos senderos limitan el atractivo del municipio para turistas a los que les interese el senderismo. Mejorar estas infraestructuras proporcionará una experiencia más segura y agradable para visitantes y también fortalecerá la imagen del municipio como destino de calidad para el turismo activo. Además, la rehabilitación de los senderos contribuirá a la preservación del entorno natural y fomentará una mayor vinculación de residentes y visitantes con la naturaleza.
DESCRIPCIÓN	Comenzará con un estudio inicial de los senderos existentes en el municipio y de sus necesidades de rehabilitación o mantenimiento. Se evaluará su estado, identificando las áreas que requieren mejoras urgentes, como la limpieza, reparación de tramos deteriorados y el acondicionamiento general del terreno. Posteriormente, se ejecutarán las acciones por sendero. De manera añadida, se diseñarán acciones de mantenimiento periódico para garantizar que los senderos sigan en condiciones óptimas a lo largo del tiempo.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Fomentar el turismo activo y de naturaleza.</p> <p>Aumentar el número de senderistas.</p> <p>Contribuir a la conservación del entorno natural.</p> <p>Promover un turismo sostenible.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Inventariado de senderos.</p> <p>Identificación de necesidades.</p> <p>Consulta a expertos/as.</p> <p>Análisis de situación.</p> <p>Diseño de acciones.</p> <p>Búsqueda de financiación.</p>



	Solicitud de permisos. Proceso de licitación. Ejecución de acciones. Diseño de acciones de mantenimiento periódico. Evaluación de resultados.			
PRESUPUESTO	100.001 - 150.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Jun. 2025	FECHA FIN	Jun. 2027
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres.			
INDICADORES	Número de necesidades identificadas. Número de acciones diseñadas. Número de acciones finalmente ejecutadas. Frecuencia de mantenimiento.			



1.5.	
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio
LÍNEA ESTRATÉGICA	Recuperación y mejora del espacio público y áreas naturales
ACTUACIÓN	Homologación de senderos
JUSTIFICACIÓN	Es una actuación fundamental para posicionar las rutas como un destino atractivo para los turistas que practican senderismo. Aunque existen senderos de gran interés natural en el municipio, carecen de la homologación que les permita formar parte de la Red de Senderos de Canarias. La homologación otorga a los senderos el respaldo institucional necesario, lo cual mejora la seguridad de las personas usuarias y garantiza la conservación del medio ambiente. Además, la homologación es clave para atraer al turismo especializado en la naturaleza y senderismo, diversificando así la oferta turística y contribuyendo a la desestacionalización del turismo.
DESCRIPCIÓN	La homologación de los senderos será la fase posterior a la rehabilitación, puesta a punto y mantenimiento de los mismos, para asegurar que se cumplan con los estándares necesarios para ser reconocidas oficialmente como senderos homologados. Para lograr esta homologación, se debe seguir un proceso específico que incluye la inspección técnica para verificar el cumplimiento de requisitos de seguridad, accesibilidad y calidad establecidos por la legislación regional. La evaluación también incluirá la señalización adecuada de los senderos, conforme a las normativas de la Red de Senderos de Canarias, para garantizar que las rutas sean fáciles de transitar y comprendidas por todos los usuarios. Asimismo, se presentará la documentación técnica detallada, como informes de seguridad, mapas del trazado y las características del terreno. El sendero TF42 perdió su homologación y se trabajará en volver a tenerla como prioridad. De manera paralela, se comenzará con la actuación de diseño de rutas de senderismo, explicada en una ficha próxima.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Obtener la homologación oficial de los senderos. Fomentar el turismo activo y de naturaleza. Aumentar el número de senderistas. Contribuir a la conservación del entorno natural. Promover un turismo sostenible. Mejorar la seguridad y accesibilidad de los senderos.



PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Priorización de senderos para homologar. Planificación de trazado de sendero. Estudios técnicos y ambientales. Solicitud homologación. Evaluación de seguridad, señalización y cumplimiento de normativa por parte de técnico. Implementación de señalización homologada. Mantenimiento y renovación periódica de homologación. Evaluación de resultados.</p>			
PRESUPUESTO	15.001 - 30.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Jun. 2027	FECHA FIN	Dic. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres.</p>			
INDICADORES	<p>Número de senderos disponibles y rehabilitados. Número de senderos homologados. Número de señales instaladas. Número de medidas de seguridad. Aumento del turismo de naturaleza.</p>			



1.6.	
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio
LÍNEA ESTRATÉGICA	Rehabilitación y creación de infraestructuras urbanas
ACTUACIÓN	Restauración del mercado municipal
JUSTIFICACIÓN	La restauración del Mercado Municipal responde a la necesidad de prolongar la estancia de visitantes y turistas, fomentar el comercio y la gastronomía local y diversificar la oferta turística del municipio. Transformando el mercado en un espacio que combine productos locales y opciones gastronómicas, se creará un atractivo adicional para visitantes, incentivando el consumo local y promoviendo la cultura y tradiciones del municipio. La acción contribuirá a diversificar la propuesta turística, ofreciendo nuevas experiencias más allá de los puntos de interés tradicionales, lo que fortalecerá la economía local y aumentará la competitividad del destino.
DESCRIPCIÓN	Se trata de diseñar y ejecutar un proyecto para transformar el antiguo mercado en un espacio moderno y multifuncional. El nuevo diseño del mercado contemplaría la creación de una variedad de puestos de venta que ofrezcan productos locales, promoviendo la agricultura y los productos locales, lo que a su vez contribuirá al fortalecimiento de la identidad local y al apoyo de los productores de Icod. Además de los puestos de venta, el espacio se transformaría en un centro gastronómico y de ocio, similar a modelos exitosos como la PePA Food Market de Arona, donde visitantes y residentes no solo podrán adquirir productos típicos, sino también disfrutar de una oferta variada de restauración y entretenimiento. La integración de espacios para la gastronomía permitirá a los turistas y residentes disfrutar de una experiencia culinaria única, basada en la tradición local y la innovación gastronómica. El proyecto busca dinamizar la economía local y potenciar el turismo, ofreciendo una propuesta atractiva y sostenible.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Aumentar el turismo de 1 hora actual de Icod, aportando un atractivo céntrico que permita los paseos por el centro de Icod.</p> <p>Fomentar la compra de productos locales.</p> <p>Diversificar la oferta turística.</p> <p>Crear un espacio de encuentro y ocio.</p> <p>Generar empleo.</p> <p>Fomentar el desarrollo socioeconómico del municipio.</p>



	Mejorar la calidad de vida de residentes. Impulsar el turismo gastronómico.		
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Estudio inicial de evaluación de edificio y necesidades de rehabilitación. Consulta participativa. Diseño de acciones. Búsqueda de financiación. Solicitud de permisos. Proceso de licitación. Ejecución de rehabilitación. Consulta a productores y comercio local. Diseño de oferta gastronómica del mercado. Establecimiento de acuerdos. Difusión y promoción. Inauguración. Evaluación de resultados.		
PRESUPUESTO	150.001 - 200.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Sep. 2026	FECHA FIN
			Sep. 2027
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos.		
INDICADORES	Número de sesiones participativas realizadas. Grado de participación de la ciudadanía. Grado de satisfacción de residentes. Grado de satisfacción de visitantes. Número de puestos de venta ocupados.		



1.7.	
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio
LÍNEA ESTRATÉGICA	Rehabilitación y creación de infraestructuras urbanas
ACTUACIÓN	Embellecimiento y mejora de infraestructuras del casco histórico
JUSTIFICACIÓN	La justificación de esta acción radica en las numerosas menciones realizadas durante el proceso participativo sobre la necesidad de embellecer y mejorar las infraestructuras básicas del casco histórico. Residentes y participantes han destacado la importancia de conservar y realzar el atractivo de los rincones más emblemáticos, garantizando un entorno que sea agradable tanto para la población local como para turistas. La mejora del mobiliario urbano, el mantenimiento de espacios públicos y la mejora estética de casas y casonas emblemáticas reflejan el compromiso con la identidad del municipio y su patrimonio. Asimismo, se busca crear un ambiente acogedor y limpio, que potencie la percepción del casco como un lugar cuidado y atractivo.
DESCRIPCIÓN	La acción de embellecimiento del casco trata de preparar y consolidar una imagen atractiva para su futuro desarrollo. Esto incluye el mantenimiento y renovación si es necesario del mobiliario urbano, las vías y los espacios públicos, con el fin de garantizar una buena impresión del casco tanto para residentes como para visitantes. Se contempla también la pintura y restauración de las casas emblemáticas y casonas dentro del casco, así como el impulso de iniciativas de embellecimiento para otros edificios representativos, contribuyendo a la preservación de su patrimonio arquitectónico. Además, se promoverá la limpieza constante de las zonas públicas, asegurando que el municipio se mantenga en condiciones óptimas. En áreas como la Plaza de la Pila y la Plaza Andrés de Lorenzo Cáceres, sería interesante instalar cartelería educativa sobre los árboles y plantas locales y se continuará con la labor de mantenimiento y embellecimiento para que estos espacios sean agradables y accesibles. Asimismo, se prestará especial atención a los baños públicos de la Plaza Andrés de Lorenzo Cáceres, asegurando que el mobiliario y las instalaciones estén siempre en perfecto estado.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	Mejorar la estética y el atractivo del casco histórico. Preservar el patrimonio arquitectónico local. Garantizar la limpieza y el mantenimiento de las zonas públicas. Mejorar la calidad de vida de residentes.



	Aumentar el turismo de 1 hora actual de Icod, aportando un atractivo céntrico que permita los paseos por el centro de Icod.		
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Análisis de las infraestructuras actuales y del estado de conservación del casco histórico.</p> <p>Diseño de acciones.</p> <p>Búsqueda de financiación.</p> <p>Solicitud de permisos.</p> <p>Proceso de licitación.</p> <p>Renovación de mobiliario en zonas identificadas.</p> <p>Pintura y embellecimiento.</p> <p>Mantenimiento de zonas verdes.</p> <p>Limpieza y mantenimiento.</p> <p>Revisión y mejora de baños públicos.</p> <p>Evaluación de resultados.</p>		
PRESUPUESTO	75.001 - 100.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Mar. 2025	FECHA FIN Abr. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura.</p> <p>ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles.</p> <p>ODS 12 - Producción y consumo responsables.</p> <p>ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres.</p>		
INDICADORES	<p>Número de necesidades identificadas.</p> <p>Número de acciones diseñadas.</p> <p>Número de acciones finalmente ejecutadas.</p> <p>Número de mobiliarios cambiados.</p> <p>Frecuencia de mantenimiento y limpieza.</p>		

1.8.	
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio
LÍNEA ESTRATÉGICA	Rehabilitación y creación de infraestructuras urbanas
ACTUACIÓN	Finalización de proyecto de mejora Centro de visitantes Parque del Drago
JUSTIFICACIÓN	El Parque del Drago representa un punto clave para el desarrollo del turismo en el municipio. La paralización del proyecto del Centro de Visitantes debido a problemas con la red de saneamiento ha impedido que esta infraestructura funcione como un recurso integral y eficiente para visitantes. La mejora y finalización del centro es fundamental para ofrecer un espacio adecuado donde los turistas puedan obtener información relevante sobre el parque, sus especies y actividades disponibles. Además, convertir el centro en un espacio multifuncional aumenta su potencial, permitiendo brindar servicios informativos y organizar eventos.
DESCRIPCIÓN	Se trata de concluir el proyecto que quedó paralizado debido a problemas con la red de saneamiento. Tras haber solucionado este problema de saneamiento, se llevará a cabo la finalización de las obras, que incluyen la adecuación del espacio para cumplir con los estándares modernos de funcionalidad. El centro se dotará de herramientas y equipamiento para convertirlo en un espacio multifuncional que no solo sirva como punto de información para los turistas, sino que también pueda albergar actividades educativas, culturales y de sensibilización medioambiental. Se renovará la infraestructura interna, mejorando la accesibilidad, los servicios y la calidad de las instalaciones. El centro se convertirá en un eje central de atracción para los visitantes del parque, ofreciendo una experiencia completa y enriquecedora.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	Convertir el Centro de Visitantes en un espacio multifuncional. Mejorar la experiencia de los visitantes del parque. Diversificar la oferta turística.
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Diseño de soluciones para continuar con el proyecto. Finalización de obras estructurales del edificio. Mejoras estéticas. Instalación de equipamiento multifuncional. Adecuación de la accesibilidad. Diseño de actividades educativas y culturales en el espacio.



	Contratación de personal. Campaña de promoción del centro. Evaluación de resultados.			
PRESUPUESTO	100.001 - 150.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Ene. 2026	FECHA FIN	Dic. 2027
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 4 - Educación de calidad. ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres.			
INDICADORES	Número de soluciones diseñadas. Número de actividades educativas y culturales realizadas en el centro. Número de visitantes que acceden al centro por mes.			



1.9.	
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio
LÍNEA ESTRATÉGICA	Rehabilitación y creación de infraestructuras urbanas
ACTUACIÓN	Rehabilitación del Parking de La Asomada
JUSTIFICACIÓN	Los problemas de aparcamiento en el municipio de Icod se han manifestado de manera reiterada en el proceso participativo. Con esta actuación se trata de mejorar uno de los aparcamientos de Icod para dotarlo de una mayor seguridad y orden, mejorando la circulación.
DESCRIPCIÓN	La actuación está centrada en transformar el actual aparcamiento de La Asomada que es de tierra, en un espacio más seguro, organizado y accesible. Se contempla la pavimentación con asfalto del área, lo que mejorará la durabilidad del espacio y facilitará el estacionamiento. Se procederá a la pintura de las líneas de estacionamiento para garantizar un uso eficiente del espacio, evitando el estacionamiento desordenado y mejorando la circulación de vehículos dentro del aparcamiento. También se mejorará el acceso al parking, adecuando las entradas y salidas para garantizar una mayor fluidez de tráfico y seguridad para conductores y peatones.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	Mejorar la calidad del aparcamiento público. Facilitar el acceso y circulación de vehículos. Garantizar la seguridad de personas usuarias y vehículos. Optimizar el uso del espacio.
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Evaluación del terreno y condiciones actuales. Estudio técnico. Búsqueda de financiación. Solicitud de permisos. Proceso de licitación. Ejecución de obras. Pintura y acabados. Revisión y mantenimiento posterior. Evaluación de resultados.



PRESUPUESTO	15.001 - 30.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Mar. 2025	FECHA FIN	Jun. 2025
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 3 - Salud y bienestar. ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles.			
INDICADORES	Número de plazas tras rehabilitación. Grado de satisfacción con las mejoras (medido en encuestas)			



I.10.	
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio
LÍNEA ESTRATÉGICA	Rehabilitación y creación de infraestructuras urbanas
ACTUACIÓN	Proyecto de creación de nuevas zonas de aparcamiento
JUSTIFICACIÓN	La creación de nuevas zonas de aparcamiento en el centro del municipio es una respuesta directa a las quejas de los ciudadanos sobre la falta de espacios de estacionamiento. El proyecto busca mejorar la comodidad de residentes, visitantes y comerciantes, al mismo tiempo que facilita la futura peatonalización del casco histórico. La congestión de vehículos en el centro no solo afecta la calidad de vida de los habitantes, sino que también obstaculiza el flujo del turismo y la actividad comercial. A través de este proyecto, se pretende en fases posteriores conseguir reubicar los vehículos de manera ordenada, creando aparcamientos públicos gratuitos que ayuden a descongestionar las calles del centro y fomentar el flujo de peatones.
DESCRIPCIÓN	Con la actuación se busca dar respuesta a una de las principales quejas expresadas durante el proceso participativo, relacionado con la falta de espacios para estacionar vehículos. El proyecto consistirá en la identificación y análisis de terrenos disponibles en diferentes zonas, teniendo en cuenta que en el proceso participativo se han comentado por El Calvario o por El Mariposario, que se han propuesto como posibles ubicaciones para nuevos aparcamientos públicos gratuitos. El primer paso será identificar terrenos para posteriormente, realizar un análisis exhaustivo sobre la propiedad de los terrenos, verificando si son de propiedad privada o pública y explorar posibles acuerdos. Además, se evaluará el estado de los terrenos, considerando aspectos como la accesibilidad, la viabilidad de pavimentación, la adecuación para el uso de aparcamiento, así como los impactos ambientales y urbanos. Este proyecto es clave no solo para aliviar la falta de aparcamiento en el centro, sino también para sentar las bases de una futura peatonalización del casco histórico, dado que una vez se habiliten estas nuevas zonas de aparcamiento, se podrá reducir el tránsito de vehículos en el centro y fomentar el uso de medios de transporte sostenibles.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	Identificar terrenos adecuados para la creación de nuevas zonas de aparcamiento en el centro del municipio. Evaluar la viabilidad legal y técnica de la adquisición o uso de los terrenos propuestos. Atender a las demandas de la ciudadanía. Apoyar la futura peatonalización del casco.



PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Estudio inicial de zonas. Estudio inicial de terrenos y de su estado. Consultas necesarias. Colaboración necesaria. Análisis de propiedad. Análisis de viabilidad técnica y económica. Análisis de resultados. Diseño de acciones. Informe final. Evaluación de resultados.</p>			
PRESUPUESTO	75.001 - 100.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Feb. 2026	FECHA FIN	Sep. 2026
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura. ODS 10 - Reducción de las desigualdades. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 13 - Acción por el clima. ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura. ODS 10 - Reducción de las desigualdades. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 13 - Acción por el clima.</p>			
INDICADORES	<p>Número de terrenos identificados y evaluados para aparcamiento. Porcentaje de terrenos públicos y privados analizados para su posible uso. Número de consultas realizadas. Porcentaje de viabilidad técnica. Porcentaje de viabilidad financiera.</p>			

I.11.	
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio
LÍNEA ESTRATÉGICA	Rehabilitación y creación de infraestructuras urbanas
ACTUACIÓN	Edificación de un centro de interpretación de la Cueva del Viento
JUSTIFICACIÓN	<p>La Cueva del Viento es un recurso limitado, debido a su capacidad restringida para recibir visitantes y su valor ambiental y cultural único. La alta demanda de visitas a la cueva ha generado una lista de espera, lo que hace que se vuelva necesario buscar alternativas que permitan una mayor accesibilidad al público sin comprometer la integridad del recurso natural. Un Centro de Interpretación es una solución ideal para mitigar este problema, ya que proporcionaría a turistas y residentes una experiencia educativa enriquecedora sobre la cueva, sin tener que acceder a ella físicamente. Además, contribuiría a la conservación del lugar al reducir la presión sobre el acceso directo y fomentaría el tejido socioeconómico de la zona.</p> <p>El apoyo de las administraciones supramunicipales, como el Cabildo, es esencial para asegurar el financiamiento y la viabilidad del proyecto, dado que la cueva está bajo su gestión y concesión.</p>
DESCRIPCIÓN	<p>Tiene como objetivo ofrecer una mejor comprensión y promoción de la Cueva del Viento al ser un recurso natural y geológico de gran relevancia. El centro de interpretación será un espacio educativo y cultural, similar a los centros de interpretación de otros sitios patrimoniales, como las Cuevas de Altamira, donde los visitantes puedan aprender sobre la formación de la cueva, su valor geológico y la historia de su descubrimiento y conservación. Además, se expondrán materiales audiovisuales y elementos interactivos que complementen la experiencia y permitan a los visitantes tener un entendimiento completo sobre este importante recurso natural.</p> <p>La edificación de este centro es clave para aliviar la demanda de visitantes, proporcionando una alternativa de interpretación y acercamiento al recurso sin saturar la cueva misma. La colaboración del Cabildo será crucial para asegurar que este centro sea viable, tanto en términos de infraestructura como de sostenibilidad a largo plazo, garantizando que se respete la gestión y la concesión existente, por eso también es tan importante la actuación de <i>Impulso en la comunicación e insistencia a administraciones supramunicipales</i>.</p>
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Aliviar la demanda de visitas a la Cueva del Viento.</p> <p>Explotar el recurso turístico de manera sostenible.</p> <p>Fomentar la conservación de la Cueva.</p>



	Promover el turismo cultural y educativo. Diversificar la oferta turística. Generar nuevas oportunidades de empleo.		
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Diseño del proyecto. Estudio de viabilidad técnica y económica. Reuniones con el Cabildo. Búsqueda de financiación. Proceso de licitación. Ejecución del proyecto de obra. Diseño de acciones a ejecutar dentro del centro. Dotación de equipamientos. Contratación de personal. Promoción y difusión. Inauguración y puesta en marcha. Evaluación de resultados.		
PRESUPUESTO	200.001 - 250.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Sep. 2027	FECHA FIN Sep. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 4 - Educación de calidad. ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 13 - Acción por el clima.		
INDICADORES	Número de acciones diseñadas. Número de acciones finalmente ejecutadas. Porcentaje de colaboración y apoyo logrado con el Cabildo y/o otras administraciones supramunicipales. Grado de satisfacción de residentes y visitantes (medido en encuestas).		



1.12.	
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio
LÍNEA ESTRATÉGICA	Mejora de la conectividad y señalización urbana
ACTUACIÓN	Creación de tren turístico-comercial
JUSTIFICACIÓN	<p>Los turistas tienden a concentrarse únicamente en las áreas más conocidas, lo que limita la difusión del patrimonio cultural y las oportunidades de consumo en otras zonas del municipio.</p> <p>El tren rural surge como una solución integral para estas problemáticas, proporcionando un transporte inclusivo y sostenible que fomente la movilidad interna, permita el acceso a recursos y servicios y diversifique las rutas turísticas hacia áreas menos exploradas del municipio. De este modo, se impulsa la economía local, se mejora la calidad de vida de los residentes y se promueve un turismo más distribuido y enriquecedor.</p>
DESCRIPCIÓN	<p>Este medio de transporte permitirá que turistas un recurso accesible y cómodo para desplazarse dentro del municipio, mejorando su visita. Se busca incentivar a los turistas a explorar zonas menos visitadas, promoviendo su interés en la idiosincrasia local y fomentando el consumo en áreas comerciales y gastronómicas dentro y fuera del casco histórico.</p> <p>El tren rural será un transporte que conecte puntos clave del municipio con paradas estratégicas en lugares de interés cultural, turístico y comercial, ampliando las oportunidades de desarrollo económico y social.</p>
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Impulsar la economía local.</p> <p>Incentivar a los turistas a visitar zonas menos exploradas.</p> <p>Incentivar a los turistas a visitar el casco y ZCA.</p> <p>Reducir el uso de vehículos privados.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Análisis de movilidad interna del municipio.</p> <p>Estudio de viabilidad técnica y económica.</p> <p>Diseño del recorrido y localización de paradas.</p> <p>Búsqueda de financiación.</p> <p>Proceso de licitación.</p> <p>Adquisición de vehículo (si fuese necesario)</p> <p>Promoción del tren rural.</p>



	Evaluación de resultados.		
PRESUPUESTO	30.001 - 50.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Ene. 2026	FECHA FIN
			Jun. 2026
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 13 - Acción por el clima.		
INDICADORES	Número de usuarios del tren rural por mes, diferenciando entre residentes y turistas. Grado de satisfacción de los usuarios.		



I.13.				
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio			
LÍNEA ESTRATÉGICA	Mejora de la conectividad y señalización urbana			
ACTUACIÓN	Potenciación de transporte interurbano			
JUSTIFICACIÓN	Algunas personas mayores enfrentan dificultades para acceder a servicios esenciales o participar en las actividades del centro debido a barreras de movilidad o a la falta de opciones de transporte adecuadas. Esta situación limita la autonomía de la ciudadanía disminuyendo su participación activa en el municipio. Por ello, resulta crucial fortalecer las negociaciones con TITSA, con el propósito de implementar un servicio de transporte público eficiente, accesible y adaptado a las necesidades de la población de Icod.			
DESCRIPCIÓN	Con ello se trata de mejorar la movilidad interna del municipio conectando barrios o núcleos poblacionales con el casco histórico y la zona comercial. Potenciar el transporte público en el municipio permitirá que habitantes, especialmente personas mayores, tengan un recurso accesible y cómodo para desplazarse dentro del municipio, facilitando su día a día y mejorando su calidad de vida. Se trabajará con TITSA para que exista una buena conexión entre barrios del municipio.			
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	Ofrecer un medio de transporte accesible para conectar barrios y núcleos poblacionales con el casco histórico y la zona comercial. Mejorar la movilidad de personas mayores. Impulsar la economía local. Reducir el uso de vehículos privados.			
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Análisis de movilidad interna del municipio. Establecimiento de puntos con mayor necesidad de mejorar el transporte. Negociaciones y reuniones con TITSA. Evaluación de resultados.			
PRESUPUESTO	3.001 - 7.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Mar. 2025	FECHA FIN	Oct. 2025



ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura. ODS 10 - Reducción de las desigualdades. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 13 - Acción por el clima.
INDICADORES	Número de núcleos poblacionales conectados con el casco y la zona comercial. Número de reuniones realizadas con TITSA. Grado de mejora de la frecuencia de transporte. Cobertura de rutas. Grado de satisfacción de los usuarios.



I.14.	
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio
LÍNEA ESTRATÉGICA	Mejora de la conectividad y señalización urbana
ACTUACIÓN	Proyecto de peatonalización del casco histórico
JUSTIFICACIÓN	<p>El casco histórico es un espacio central para la identidad y el atractivo turístico de Icod, pero su uso compartido entre peatones y vehículos afectan negativamente a su potencial como zona cultural, social y comercial. La peatonalización contribuirá a la creación de un entorno más amigable y accesible, que permita a residentes y turistas disfrutar del patrimonio histórico en condiciones óptimas.</p> <p>Además, esta actuación responde a la demanda ciudadana expresada en los procesos participativos, donde se ha destacado la necesidad de mejorar la calidad de vida en el casco histórico y de hacerlo más atractivo para visitantes.</p>
DESCRIPCIÓN	<p>Busca transformar esta zona clave en un espacio prioritario para los peatones, fomentando un entorno seguro, accesible y atractivo tanto para los residentes como para los turistas. La peatonalización implica la restricción del tráfico rodado no esencial y la adaptación de las vías y espacios públicos para su uso exclusivo por peatones.</p> <p>Con ello, se busca dinamizar la economía local incentivando a visitantes a recorrer las calles y consumir en los comercios, poniendo en valor el patrimonio arquitectónico y cultural del municipio.</p>
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Analizar la viabilidad técnica, social y económica de peatonalizar el casco.</p> <p>Diseñar un plan integral y sostenible.</p> <p>Establecer propuestas claras de movilidad alternativa.</p> <p>Impulsar el comercio del casco.</p> <p>Facilitar la movilidad de turistas y residentes.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Análisis de situación actual.</p> <p>Análisis de movilidad, tráfico y uso de espacio.</p> <p>Evaluación de impacto socioeconómico.</p> <p>Evaluación de impacto ambiental.</p> <p>Identificación zonas a peatonalizar.</p> <p>Propuestas de sistemas de movilidad alternativos (tren rural, nuevos aparcamientos, rehabilitación parking La Asomada...)</p>



	Diseño del plan técnico. Propuesta de regulación. Redacción del proyecto final. Evaluación de resultados.		
PRESUPUESTO	15.001 - 30.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Oct. 2026	FECHA FIN Jun. 2027
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 3 - Salud y bienestar. ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 10 - Reducción de las desigualdades. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 13 - Acción por el clima.		
INDICADORES	Número de calles identificadas para peatonalizar. Grado de impacto socioeconómico de ejecutar la acción. Grado de impacto ambiental de ejecutar la acción. Número de sistemas de movilidad propuestos.		



I.15.	
EJE	Infraestructura y acondicionamiento del municipio
LÍNEA ESTRATÉGICA	Mejora de la conectividad y señalización urbana
ACTUACIÓN	Mejora de la señalización turística
JUSTIFICACIÓN	<p>El turismo en el municipio está concentrado principalmente en el parque, lo que genera visitas muy breves y no permite aprovechar todo el potencial del patrimonio local. Esta dispersión y desconocimiento de la oferta turística impiden el desarrollo económico de otras áreas, limitando las oportunidades para comercios, restaurantes y atracciones en el municipio.</p> <p>La falta de señalización adecuada y actualizada representa una barrera para que los visitantes descubran otras experiencias únicas que podrían extender su estadía y fomentar un turismo más equilibrado y sostenible. La mejora de la señalización permitirá potenciar la economía local, distribuir mejor los flujos turísticos y reforzar la identidad del municipio como un destino diverso y atractivo.</p>
DESCRIPCIÓN	<p>La actuación está enfocada en centralizar y optimizar la información turística del municipio para aumentar la visibilidad y accesibilidad de su oferta más allá del Parque del Drago. Con ello, se incluye la instalación de señalización clara y atractiva que destaque puntos de interés cultural, natural, comercial y gastronómico, además de rutas turísticas temáticas que conecten los diferentes atractivos del municipio. La acción busca orientar a los turistas hacia otras áreas menos conocidas pero igualmente valiosas, incentivando visitas más largas (reduciendo el turismo de 1 hora) y diversificadas. Se diseñará señalización con paneles informativos, indicadores direccionales, mapas, códigos QR... para garantizar un acceso completo a la oferta turística.</p>
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Mejorar la accesibilidad a la oferta turística del municipio.</p> <p>Aumentar el turismo de 1 hora actual de Icod, aportando información accesible.</p> <p>Diversificar los flujos turísticos, promoviendo áreas menos conocidas.</p> <p>Dinamizar la economía local.</p> <p>Reforzar la identidad turística de Icod, destacando su riqueza cultural, natural y patrimonial.</p>



PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Identificación de puntos de interés que necesitan una mejor señalización. Diseño de proyecto, en el que se incorporen sistema de señalización homogéneo y elementos innovadores. Búsqueda de financiación. Proceso de licitación. Instalación de señalización física. Difusión. Evaluación de resultados.		
PRESUPUESTO	30.001 - 50.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Sep. 2027	FECHA FIN Mar. 2028
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura. ODS 10 - Reducción de las desigualdades. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables.		
INDICADORES	Número de necesidades de señalización identificadas.		

C.1.	
EJE	Competitividad turística
LÍNEA ESTRATÉGICA	Desarrollo de productos turísticos
ACTUACIÓN	Diseño de rutas de senderismo
JUSTIFICACIÓN	<p>El municipio cuenta con un gran potencial para el turismo activo una vez se proceda a la rehabilitación y homologación de su red de senderos rehabilitados y homologados, pero estos aún no están integrados en un producto turístico definido que permita atraer y retener a visitantes interesados en el senderismo.</p> <p>El proyecto busca potenciar el valor turístico de los senderos, generando un producto cohesionado que vincule al sector empresarial, fomente la diversificación económica y posicione al municipio como un referente en turismo activo y sostenible. Además, la vinculación del sector privado y la población local garantiza que el producto sea representativo y beneficioso para la economía del municipio, promoviendo un modelo de desarrollo responsable.</p>
DESCRIPCIÓN	<p>Se enfocará en convertir los senderos rehabilitados y homologados en un producto turístico atractivo y sostenible, que impulse el turismo activo en el municipio. Este proyecto incluirá la identificación y promoción de rutas con distintos niveles de dificultad, destacando su valor natural, cultural y paisajístico.</p> <p>Para garantizar su éxito, se llevará a cabo un proceso participativo que involucre al sector empresarial, turístico y a la población local, fomentando la creación de servicios complementarios (como guías, alquiler de equipos, actividades organizadas...) y asegurando que las rutas respondan a las expectativas del mercado. Además, se diseñarán materiales promocionales como mapas, guías digitales y físicas, y señalización interpretativa, que enriquezcan la experiencia del senderista y fomenten el respeto por el entorno.</p>
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Diseñar un producto turístico basado en senderismo y turismo activo.</p> <p>Posicionar a Icod como destino de senderismo y naturaleza.</p> <p>Promocionar rutas de senderismo que sean accesibles, atractivas y sostenibles.</p> <p>Diversificar la oferta turística del municipio.</p> <p>Fortalecer el tejido empresarial.</p> <p>Mejorar la calidad de vida de residentes.</p> <p>Dinamizar la economía local.</p>



PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Análisis de potenciales rutas y oportunidades. Diagnóstico de la zona. Recopilación información sobre perfil de turista. Análisis de oferta complementaria. Proceso participativo: talleres, reuniones y recogida de propuestas. Diseño de rutas por dificultades y características. Desarrollo de identidad visual. Diseño de señalización. Creación de material promocional. Diseño y ejecución de campaña de difusión y lanzamiento. Evaluación de resultados.</p>			
PRESUPUESTO	15.001 - 30.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Jul. 2027	FECHA FIN	Feb. 2028
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres. ODS 17 - Alianzas para lograr objetivos.</p>			
INDICADORES	<p>Número de rutas integradas en el producto turístico. Número de servicios complementarios incluidos. Porcentaje de participación del sector empresarial y turístico local en el diseño del producto. Número de materiales promocionales creados (mapas, guías, aplicaciones).</p>			



C.2.	
EJE	Competitividad turística
LÍNEA ESTRATÉGICA	Desarrollo de productos turísticos
ACTUACIÓN	Diseño de la ruta del vino
JUSTIFICACIÓN	<p>Aunque el municipio y las bodegas comarcales cuentan con un notable potencial vitivinícola, actualmente no existe una oferta turística relacionada con el vino. La creación de una Ruta del Vino permitirá diversificar la oferta turística del municipio, aprovechar los recursos locales y fomentar la economía rural mediante la promoción del enoturismo.</p> <p>Además, este proyecto posicionará al municipio como un destino atractivo para visitantes interesados en experiencias gastronómicas y culturales, generando nuevas oportunidades para el sector privado y fortaleciendo la identidad del territorio. La colaboración público-privada será clave para integrar a los productores locales y garantizar el éxito del producto.</p>
DESCRIPCIÓN	<p>Se trata de crear un producto turístico en torno al patrimonio vitivinícola del municipio y su comarca. Este proyecto se centrará en establecer una red de colaboración público-privada que permita integrar bodegas, viñedos y fincas locales en una experiencia enoturística única.</p> <p>La ruta incluirá visitas guiadas a bodegas y viñedos, con actividades como degustaciones, catas de vinos, paseos por las fincas y talleres relacionados con la cultura del vino. Se diseñarán itinerarios temáticos que conecten estos puntos, destacando el paisaje, las tradiciones y los procesos de producción. También se desarrollarán materiales promocionales y herramientas digitales para facilitar la promoción y reserva de las actividades. Con la actuación se establecerán las bases para un modelo turístico innovador y sostenible que aproveche el potencial vitivinícola del municipio.</p>
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Diseñar un producto turístico basado en el enoturismo.</p> <p>Posicionar a Icod como destino de senderismo y naturaleza.</p> <p>Promocionar rutas de senderismo que sean accesibles, atractivas y sostenibles.</p> <p>Diversificar la oferta turística del municipio.</p> <p>Fortalecer el tejido empresarial.</p> <p>Mejorar la calidad de vida de residentes.</p> <p>Dinamizar la economía local.</p>



PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Análisis de bodegas, viñedos y fincas. Análisis oportunidades. Diagnóstico de la zona. Recopilación información sobre perfil de turista. Análisis de oferta complementaria. Proceso participativo: talleres, reuniones y recogida de propuestas. Diseño de rutas y experiencias vitivinícolas. Desarrollo de identidad visual. Diseño de señalización. Creación de material promocional. Diseño y ejecución de campaña de difusión y lanzamiento. Evaluación de resultados.</p>			
PRESUPUESTO	15.001 - 30.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Mar. 2025	FECHA FIN	Dic. 2025
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres. ODS 17 - Alianzas para lograr objetivos.</p>			
INDICADORES	<p>Número de bodegas, fincas y experiencias integradas en el producto turístico. Número de servicios complementarios incluidos. Porcentaje de participación del sector empresarial y turístico local en el diseño del producto. Número de materiales promocionales creados (mapas, guías, aplicaciones).</p>			



C.3.	
EJE	Competitividad turística
LÍNEA ESTRATÉGICA	Desarrollo de productos turísticos
ACTUACIÓN	Impulso del ticket conjunto de recursos turísticos
JUSTIFICACIÓN	<p>Durante el proceso participativo, se identificó una alta demanda de turistas que preguntan por un ticket conjunto que abarque diferentes recursos turísticos del municipio. Actualmente, la falta de una oferta de este tipo representa una barrera para optimizar la experiencia de los visitantes y limita la promoción cruzada entre atracciones turísticas.</p> <p>El ticket conjunto contribuirá a diversificar los flujos turísticos, incrementar la permanencia de los visitantes y generar un impacto positivo en la economía local. Además, su implementación reforzará la colaboración entre el sector público y privado, alineándose con estrategias de turismo sostenible y competitivo.</p>
DESCRIPCIÓN	<p>La actuación consiste en buscar un sistema integrado de entradas que permita a visitantes acceder a packs que vinculen varios recursos turísticos del municipio mediante un único ticket. Con ello, se mejorará la experiencia del turista al facilitar el acceso, fomentar la visita de más recursos en una misma visita y generar un ahorro económico que resulte atractivo para el turista. Para su implementación, será necesaria la colaboración público-privada entre las entidades gestoras de recursos turísticos (como el Parque del Drago, Cueva del Viento, el Mariposario, la Casa del Plátano...) para establecer acuerdos que permitan la integración de estos servicios, dando opción de compra individualizada de recursos como se ha estado haciendo pero también en un único sistema de venta y distribución, con packs por recursos.</p>
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Mejorar la experiencia del visitante.</p> <p>Fomentar el turismo en otros recursos.</p> <p>Apoyar al sector privado en la promoción de sus recursos.</p> <p>Aumentar el turismo de 1 hora actual de Icod, dando opción a la visita de más recursos.</p> <p>Promover la diversificación de flujos turísticos, distribuyendo a los visitantes entre diferentes atracciones.</p> <p>Fortalecer el tejido empresarial.</p> <p>Mejorar la calidad de vida de residentes.</p> <p>Dinamizar la economía local.</p>



PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Identificación de recursos turísticos públicos y privados que pueden incluirse en el ticket conjunto.</p> <p>Análisis de perfiles de turista que solicitan el ticket conjunto para adaptar la oferta.</p> <p>Reunión con responsables de los recursos para definir términos de colaboración.</p> <p>Establecimiento de acuerdos público-privados.</p> <p>Definición de recursos incluidos: precios, modalidades (diaria, semanal...) y beneficios adicionales (descuentos, promociones...)</p> <p>Diseño de identidad visual para el ticket.</p> <p>Habilitación de puntos de venta físicos en oficinas de turismo.</p> <p>Campaña promocional.</p> <p>Evaluación de resultados.</p>			
PRESUPUESTO	7.001 - 15.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Mar. 2025	FECHA FIN	Oct. 2025
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura.</p> <p>ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles.</p> <p>ODS 12 - Producción y consumo responsables.</p> <p>ODS 17 - Alianzas para lograr objetivos.</p>			
INDICADORES	<p>Número de recursos turísticos incluidos en el ticket conjunto.</p> <p>Número de acuerdos público-privados establecidos para la implementación del ticket.</p> <p>Incremento en el porcentaje de visitantes que acceden a más de un recurso turístico.</p> <p>Número de tickets conjuntos vendidos por trimestre.</p> <p>Grado de satisfacción de los turistas medido mediante encuestas post-visita.</p>			

C.4.	
EJE	Competitividad turística
LÍNEA ESTRATÉGICA	Desarrollo de productos turísticos
ACTUACIÓN	Fomento del turismo activo y de naturaleza
JUSTIFICACIÓN	<p>El municipio cuenta con un entorno natural privilegiado y una red de senderos y recursos únicos que aún no se han consolidado en un producto turístico integral de naturaleza y turismo activo. Esto representa una oportunidad para diversificar la oferta turística, atraer a visitantes que buscan experiencias saludables y sostenibles, y fortalecer la economía local.</p> <p>La actuación es clave para aprovechar el trabajo previo en senderismo, enoturismo y señalización turística, permitiendo una estrategia unificada que amplíe el impacto económico y promocional y posicione al municipio como un referente en turismo activo y de naturaleza.</p>
DESCRIPCIÓN	<p>Se enfocará en consolidar el municipio como un destino líder en actividades al aire libre y contacto con el entorno natural. Esta actuación buscará integrar las iniciativas de senderismo, enoturismo, y turismo sostenible ya planteadas, articulando una oferta diversificada de experiencias vinculadas al deporte, la aventura y el disfrute del paisaje natural. El proyecto impulsará colaboraciones con empresas locales para desarrollar servicios complementarios como alquiler de equipos, rutas guiadas, y actividades especializadas (bicicleta, escalada, kayak, etc.), además de fomentar la promoción conjunta de estas iniciativas bajo una marca turística que destaque la naturaleza como elemento central.</p>
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Consolidar el turismo activo y de naturaleza como ejes estratégicos de la oferta turística del municipio.</p> <p>Dinamizar la economía local.</p> <p>Fortalecer la colaboración público-privada.</p> <p>Fomentar el turismo sostenible.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Identificación de todos los recursos a vincular.</p> <p>Análisis del perfil del turista interesado en actividades al aire libre y naturaleza.</p> <p>Reuniones con empresas locales para establecer red de servicios y experiencias relacionadas con el turismo activo.</p> <p>Desarrollo de acuerdos de colaboración.</p> <p>Diseño de paquetes de actividades.</p>



	Creación de itinerarios temáticos. Diseño de materiales promocionales. Campaña promocional. Evaluación de resultados.			
PRESUPUESTO	15.001 - 30.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Feb. 2026	FECHA FIN	Oct. 2026
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres. ODS 17 - Alianzas para lograr objetivos.			
INDICADORES	Número de actividades y servicios nuevos vinculados al turismo activo desarrollados. Porcentaje de empresas locales involucradas en la oferta turística. Número de materiales promocionales y campañas realizadas. Grado de satisfacción de los turistas.			



C.5.	
EJE	Competitividad turística
LÍNEA ESTRATÉGICA	Desarrollo de productos turísticos
ACTUACIÓN	Fomento de la cultura aborígen y patrimonio arqueológico
JUSTIFICACIÓN	<p>El municipio cuenta con un patrimonio aborígen y arqueológico significativo que actualmente está infrautilizado. Esta situación representa una pérdida tanto cultural como económica, ya que el interés de los turistas por estos recursos, como las pirámides, podría ser elevado. Poner en valor estos elementos contribuirá a diversificar la oferta turística, aumentar la afluencia de visitantes interesados en el patrimonio histórico y fortalecer la identidad cultural del municipio.</p> <p>El enfoque público-privado permitirá superar barreras relacionadas con la propiedad y la gestión.</p>
DESCRIPCIÓN	<p>Icod de los Vinos cuenta con recursos arqueológico y riqueza cultural aborígen que se podría poner en valor. La actuación se centrará en la recuperación, conservación y promoción de sitios emblemáticos como las pirámides, la zona Llanito Perera, donde hay un posible asentamiento aborígen y la cueva de los Guanches, que es un BIC de alto valor histórico y cultural.</p> <p>La estrategia incluye un análisis de las condiciones actuales de estos recursos, el diseño de un plan de acción para su rehabilitación y uso sostenible y la integración de estos elementos en la oferta turística del municipio. Además, se impulsarán colaboraciones público-privadas, especialmente en el caso de la Cueva de los Guanches al ser un recurso de propiedad privada, para garantizar su conservación y aprovechamiento responsable.</p>
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Recuperar y conservar los recursos arqueológicos y culturales del municipio.</p> <p>Integrar el patrimonio aborígen en la oferta turística.</p> <p>Impulsar colaboraciones público-privadas.</p> <p>Fortalecer la identidad cultural local.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Inventariado y estado de recursos arqueológicos y relacionados con la cultura aborígen.</p> <p>Análisis de posibilidades legales y técnicas para el uso.</p> <p>Análisis de rehabilitaciones.</p> <p>Diseño de experiencia turística e integración en la oferta turística.</p> <p>Desarrollo de materiales interpretativos.</p>



	Organización de talleres y actividades educativas. Campaña promocional. Evaluación de resultados.		
PRESUPUESTO	15.001 - 30.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Jun. 2025	FECHA FIN
			Mar. 2026
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 4 - Educación de calidad ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 17 - Alianzas para lograr objetivos.		
INDICADORES	Número de sitios arqueológicos recuperados o mejorados. Incremento en el número de visitantes a los recursos arqueológicos. Porcentaje de recursos integrados en la oferta turística oficial del municipio. Número de actividades educativas y promocionales realizadas. Grado de satisfacción de los turistas.		



C.6.	
EJE	Competitividad turística
LÍNEA ESTRATÉGICA	Formación y digitalización del sector turístico
ACTUACIÓN	Programa formativo para la digitalización del comercio local
JUSTIFICACIÓN	El comercio local de Icod enfrenta desafíos relacionados con la transformación digital y la competencia de grandes plataformas en línea. La falta de presencia digital limita la capacidad de los negocios para atraer clientes, especialmente turistas que podrían planificar visitas y compras. El programa es esencial para modernizar el tejido comercial del municipio, facilitando su adaptación al cambio de hábitos de consumo y potenciando su integración en las estrategias turísticas. Con ello, se fomenta una economía local más resiliente y sostenible.
DESCRIPCIÓN	Se diseñará un programa formativo para dotar a los comerciantes de Icod de herramientas y conocimientos prácticos para adaptarse al entorno digital, mejorar su competitividad y aumentar su capacidad de atracción de clientes. El programa abordará aspectos clave como la creación de presencia digital, el uso de redes sociales y plataformas de comercio electrónico, la gestión de reservas y el análisis de datos para tomar decisiones estratégicas, todo adaptado de manera sencilla y adaptado a las necesidades actuales. La formación será accesible y práctica, con una metodología que combine talleres presenciales y tutorías personalizadas.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	Capacitar a los comerciantes locales en habilidades digitales esenciales. Apoyar a la modernización de sus negocios y su competitividad. Impulsar la integración del comercio local en estrategias turísticas. Fortalecer el tejido empresarial. Dinamizar la economía local.
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Análisis de necesidades formativas del comercio. Diseño de un plan de formación adaptado a esas necesidades. Cronograma. Búsqueda de financiación y profesorado. Ejecución de la formación. Evaluación de resultados.



PRESUPUESTO	7.001 - 15.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Mar. 2026	FECHA FIN	Jun. 2028
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 4 - Educación de calidad</p> <p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico.</p> <p>ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura.</p> <p>ODS 12 - Producción y consumo responsables.</p>			
INDICADORES	<p>Número de comerciantes participantes en el programa formativo.</p> <p>Porcentaje de comercios locales con presencia digital activa antes de la formación.</p> <p>Porcentaje de comercios locales con presencia digital activa tras la formación.</p> <p>Incremento en el uso de herramientas digitales.</p> <p>Grado de satisfacción de los turistas.</p>			



C.7.	
EJE	Competitividad turística
LÍNEA ESTRATÉGICA	Formación y digitalización del sector turístico
ACTUACIÓN	Programa formativo y de capacitación en materia turística
JUSTIFICACIÓN	<p>El turismo es un gran motor económico, pero para maximizar su potencial, es esencial contar con profesionales capacitados que puedan ofrecer un servicio de calidad y adaptado a las exigencias del mercado. La falta de habilidades específicas, como el dominio de idiomas o la atención al cliente profesionalizada, limita la capacidad del destino para satisfacer y fidelizar a los visitantes.</p> <p>Este programa es clave para mejorar la experiencia turística, diversificar la oferta de servicios, y fortalecer la economía local al posicionar al municipio como un destino competitivo y atractivo.</p>
DESCRIPCIÓN	<p>Se trata de mejorar las competencias de los actores locales involucrados en el sector turístico, incluyendo empleados de establecimientos, guías turísticos, propietarios de comercios y otros profesionales relacionados. El programa abordará áreas clave como el aprendizaje de idiomas (especialmente inglés y otros idiomas relevantes para los mercados turísticos principales), atención al cliente, gestión de experiencias turísticas y conocimientos sobre el patrimonio y la cultura local.</p> <p>La formación será teórica y práctica, diseñada para responder a las necesidades actuales del sector y las expectativas de los turistas, promoviendo un servicio más profesional y atractivo que impulse la competitividad del municipio como destino.</p>
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Capacitar en habilidades lingüísticas y de turismo.</p> <p>Mejorar la profesionalización en atención al cliente.</p> <p>Apoyar a la competitividad turística.</p> <p>Fortalecer el tejido empresarial.</p> <p>Dinamizar la economía local.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Análisis de necesidades formativas en materia turística.</p> <p>Diseño de un plan de formación adaptado a esas necesidades.</p> <p>Cronograma.</p> <p>Búsqueda de financiación y profesorado.</p> <p>Ejecución de la formación.</p>



	Evaluación de resultados.			
PRESUPUESTO	7.001 - 15.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Mar. 2025	FECHA FIN	Jun. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 4 - Educación de calidad ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables.			
INDICADORES	Número de participantes inscritos en los cursos de idiomas y talleres formativos. Porcentaje de mejora en las competencias lingüísticas según evaluaciones al inicio y final de los cursos. Número de talleres y actividades prácticas realizadas.			



C.8.			
EJE	Competitividad turística		
LÍNEA ESTRATÉGICA	Formación y digitalización del sector turístico		
ACTUACIÓN	Dotación de herramientas digitales a la oficina de turismo		
JUSTIFICACIÓN	<p>La oficina de turismo es un punto de información importante para la promoción del destino, pero en la actualidad carece de herramientas tecnológicas que optimicen su función. La falta de modernización puede ser limitante para responder a las expectativas de los turistas actuales, acostumbrados a un acceso inmediato y digitalizado a la información.</p> <p>Proveer la oficina con herramientas digitales mejora la experiencia del visitante y apoyar a posicionar al municipio como un destino innovador, atractivo y acorde con las tendencias tecnológicas actuales.</p>		
DESCRIPCIÓN	<p>La actuación consiste en modernizar las instalaciones y los servicios que esta ofrece, facilitando un acceso más ágil y dinámico a la información turística tanto para los visitantes como para el personal. La adquisición de herramientas como tablets, pantallas táctiles interactivas y sistemas de gestión digital permitirá mejorar la experiencia del visitante y la eficiencia operativa. Incluirá la instalación de dispositivos de auto-consulta y la capacitación del personal para utilizar estas tecnologías de manera efectiva.</p>		
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Dotar a la oficina de turismo con herramientas tecnológicas modernas.</p> <p>Mejorar la experiencia del visitante.</p> <p>Facilitar el acceso a información turística digitalizada y actualizada.</p> <p>Incrementar la eficiencia en la gestión y promoción turística.</p> <p>Capacitar al personal en el uso de herramientas digitales, mejorando su desempeño y eficiencia.</p>		
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Análisis de las necesidades tecnológicas de la oficina de turismo.</p> <p>Adquisición de herramientas digitales.</p> <p>Instalación y configuración.</p> <p>Capacitación del personal.</p> <p>Evaluación de resultados.</p>		
PRESUPUESTO	7.001 - 15.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Ene. 2025	FECHA FIN
			May. 2025



ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 4 - Educación de calidad ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables.
INDICADORES	Número de herramientas digitales adquiridas e instaladas. Porcentaje de turistas que utilizan las nuevas tecnologías en la oficina de turismo. Nivel de satisfacción de los visitantes medido mediante encuestas. Datos recopilados sobre preferencias y comportamientos de los visitantes.

C.9.	
EJE	Competitividad turística
LÍNEA ESTRATÉGICA	Impulso de la promoción turística
ACTUACIÓN	Creación de imagen de marca
JUSTIFICACIÓN	<p>En la actualidad, el municipio carece de una identidad clara que permita posicionarlo como un destino destacado en el competitivo mercado turístico. Aunque posee recursos de gran valor, estos no están unificados bajo un mensaje o concepto que los potencie. Esto limita su capacidad para atraer visitantes y genera una dispersión en los esfuerzos promocionales. Una marca turística fuerte y bien diseñada es esencial para consolidar la imagen del municipio, tanto a nivel nacional como internacional. Ayuda a transmitir su autenticidad, diferenciación y propuestas de valor, generando un mayor interés entre los turistas. Además, el proceso de creación de una marca unificada beneficiará al turismo y fortalecerá el sentido de identidad entre residentes y actores locales.</p>
DESCRIPCIÓN	<p>Busca desarrollar una identidad visual, conceptual y narrativa que destaque su riqueza cultural, natural y patrimonial, diferenciándolo como un destino turístico atractivo y competitivo. La marca incluirá un logotipo y un eslogan, articulará una narrativa auténtica que represente la esencia del municipio teniendo en cuenta la estrategia turística, de modo que se refleje sus valores y atractivos únicos.</p> <p>El diseño de la imagen abarcará elementos gráficos como colores y tipografías, así como la creación de un mensaje central que conecte emocionalmente con los visitantes, potenciando la promoción del destino. Asimismo, la marca se integrará en la señalización turística, materiales promocionales, redes sociales y estrategias de marketing, asegurando su presencia en todos los puntos de interacción con los turistas. Este proceso será participativo, involucrando a la población y al sector empresarial local para garantizar que la marca sea representativa y que cuente con el apoyo de todos los actores clave.</p>
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Desarrollar una identidad visual y narrativa que represente los valores y atractivos del municipio.</p> <p>Mejorar el posicionamiento turístico del municipio.</p> <p>Aumentar la cohesión entre los actores locales.</p> <p>Incrementar la afluencia turística y su impacto económico.</p> <p>Fomentar el orgullo local y el sentido de pertenencia entre residentes.</p>



PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Recopilación de información sobre los valores, recursos turísticos, historia y cultura del municipio. Identificación de la percepción actual del destino por parte de residentes, turistas y actores clave. Estudio de casos de éxito en branding turístico para identificar tendencias y mejores prácticas. Proceso participativo con talleres y encuestas. Diseño de la marca. Creación de narrativa. Implantación en materiales promocionales. Estrategia de integración de la marca en plataformas digitales, señalización, eventos locales... Lanzamiento de la marca. Evaluación de resultados.</p>			
PRESUPUESTO	15.001 - 30.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Mar. 2025	FECHA FIN	Nov. 2025
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 17 - Alianzas para lograr objetivos.</p>			
INDICADORES	<p>Número de actores locales involucrados en el proceso participativo. Cantidad de materiales promocionales diseñados. Alcance en plataformas.</p>			



C.10.	
EJE	Competitividad turística
LÍNEA ESTRATÉGICA	Impulso de la promoción turística
ACTUACIÓN	Estrategia de marketing y promoción digital
JUSTIFICACIÓN	En un municipio como Icod, la competencia en términos de promoción turística puede ser limitada, y muchos destinos aún dependen de métodos que no alcanzan a un público más amplio. La presencia digital es fundamental en la actualidad para conectar con nuevos mercados, especialmente con los turistas más jóvenes y conectados. Además, las redes sociales y la web permiten interactuar de manera directa con visitantes y ofrecerles contenido visual atractivo que los motive a visitar Icod. El marketing digital también es una herramienta económica y eficiente, ideal para municipios con recursos limitados, ya que puede alcanzar a un gran público sin la necesidad de grandes presupuestos publicitarios. Una estrategia digital sólida permite posicionar al municipio de manera efectiva, incrementando su notoriedad y el número de turistas que lo visitan.
DESCRIPCIÓN	Una buena estrategia de marketing es importante para potenciar la visibilidad y la presencia online del municipio a través de herramientas y técnicas modernas. La actuación estará enfocada en aprovechar las ventajas de internet y las redes sociales para promocionar los recursos turísticos, la cultura local y los servicios del municipio, asegurando que tanto turistas como potenciales residentes puedan descubrir y conocer la oferta local. La estrategia incluirá el diseño y ejecución de campañas en redes sociales, la optimización del sitio web del municipio, la creación de contenido visual atractivo, la posible colaboración con influencers y el uso de herramientas de análisis digital para evaluar el impacto y ajustar las acciones.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar la visibilidad del municipio como destino turístico. Incrementar el número de turistas interesados en visitar el municipio. Fomentar la interacción directa con turistas potenciales y actuales. Posicionar al municipio. Fortalecer la imagen del municipio. Dinamizar la economía local y el turismo.



PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Análisis de la situación actual del municipio. Definición de los objetivos del marketing digital. Segmentación del público objetivo: turistas fidelizados, residentes, turistas potenciales... Selección de canales digitales. Creación de contenido visual y audiovisual. Diseño de acciones: para página web y SEO, redes sociales, físicas... Ejecución de acciones de marketing. Evaluación de resultados.</p>			
PRESUPUESTO	30.001 - 50.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Ene. 2026	FECHA FIN	Jun. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 17 - Alianzas para lograr objetivos.</p>			
INDICADORES	<p>Número de acciones diseñadas. Número de acciones finalmente ejecutadas. Aumento de visitantes a plataformas del municipio. Incremento en la cantidad de seguidores en redes sociales.</p>			



C.11.	
EJE	Competitividad turística
LÍNEA ESTRATÉGICA	Impulso de la promoción turística
ACTUACIÓN	Diseño de mapas físicos y online
JUSTIFICACIÓN	El turismo de corta duración en el municipio está limitado a las principales atracciones turísticas, lo cual genera una baja estancia y una escasa circulación en otras áreas del municipio. A través del diseño de mapas físicos y online, se busca ofrecer a los turistas una herramienta práctica y accesible para explorar más allá de las zonas tradicionales de interés. Los mapas funcionarán como una guía personalizada que proporcionará información sobre puntos turísticos relevantes, rutas de senderismo, sitios de interés cultural y natural, comercios locales y otros recursos menos conocidos, incentivando a los visitantes a pasar más tiempo en el municipio y explorar sus diferentes rincones. Además, la versión online permitirá actualizar la información en tiempo real, lo que optimiza la experiencia del turista y aumenta la satisfacción durante su visita, contribuyendo también al aumento de la afluencia en zonas comerciales no tan conocidas.
DESCRIPCIÓN	Consiste en mejorar la experiencia del turista, facilitando su orientación y motivándolos a explorar más a fondo el municipio. Estos mapas se colocarán en puntos estratégicos del municipio, como el centro de visitantes, zonas de mayor afluencia, aparcamientos públicos o de pago (como el Parking del Drago), transporte público y sitios turísticos clave, además de lugares turísticos, con el fin de incentivar una mayor estancia de los turistas y fomentar que se desplacen por áreas menos conocidas o menos frecuentadas. Además de los mapas físicos, se creará una versión digital accesible a través de la página web del municipio y aplicaciones móviles. La acción tiene como meta aumentar el tiempo de permanencia de los turistas en el municipio y dirigirlos a otras zonas del mismo, promoviendo así una distribución más equitativa del flujo turístico y ayudando a los negocios locales fuera de las zonas más concurridas.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Mejorar la experiencia del visitante.</p> <p>Fomentar el turismo en otros recursos.</p> <p>Apoyar al sector privado en la promoción de sus recursos.</p> <p>Aumentar el turismo de 1 hora actual de Icod, dando opción a la visita de más recursos.</p> <p>Promover la diversificación de flujos turísticos, distribuyendo a los visitantes entre diferentes atracciones.</p> <p>Fortalecer el tejido empresarial.</p>



	Mejorar la calidad de vida de residentes. Dinamizar la economía local.		
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Identificación de puntos estratégicos para colocar los mapas. Definición de contenidos que se incluirán. Colaboración con empresas. Diseño de los mapas físicos y online. Impreso de los mismos. Colocación y difusión. Evaluación de resultados.		
PRESUPUESTO	3.001 - 7.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Sep. 2025	FECHA FIN Dic. 2028
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 9 - Industria, innovación e infraestructura. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 17 - Alianzas para lograr objetivos.		
INDICADORES	Número de visitas al sitio web del municipio y la cantidad de descargas de los mapas digitales. Número de turistas que reportan haber utilizado los mapas durante su visita. Grado de satisfacción de turistas por la información recibida.		



C.12.	
EJE	Competitividad turística
LÍNEA ESTRATÉGICA	Impulso de la promoción turística
ACTUACIÓN	Promoción de tradiciones, cultura e idiosincrasia
JUSTIFICACIÓN	Icod de los Vinos posee una rica tradición cultural e histórica que tiene potencial para ser aprovechada en mayor medida para fines turísticos. La promoción de estas tradiciones y elementos culturales será beneficiosa para la identidad local y para convertirse en un motor económico para el municipio al atraer a turistas que buscan experiencias auténticas. Además, fortalecerá el sentido de pertenencia y orgullo entre residentes, quienes verán reflejados sus valores culturales en la oferta turística del municipio.
DESCRIPCIÓN	Mediante un programa anual de actividades que recoja y celebre la riqueza cultural y las tradiciones locales se realizará la promoción. El programa incluirá eventos como festivales, ferias, exposiciones, representaciones y actividades artísticas que muestren el patrimonio cultural, gastronómico y artesanal del municipio. La promoción de estas tradiciones se realizará mediante una campaña de marketing digital, que abarcará tanto la difusión en medios locales como en plataformas de turismo y redes sociales, con el fin de posicionar a Icod como un destino turístico que ofrece una experiencia única y auténtica. El programa incluirá tanto la celebración de fiestas tradicionales como las tradiciones, danzas, fiestas, música, gastronomía y oficios que son parte de la identidad cultural del municipio. Además, se fomentará la participación activa de la población local para que se sientan parte de la conservación y promoción de su propio patrimonio.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Incrementar el número de turistas interesados en la cultura local.</p> <p>Reforzar la identidad cultural y el sentido de pertenencia.</p> <p>Generar un impacto positivo en la economía local.</p> <p>Promover productos y servicios basados en las tradiciones.</p> <p>Ampliar la temporada turística.</p> <p>Aumentar la visibilidad del municipio.</p>



PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Identificación de las tradiciones, festividades y costumbres locales. Actualización de calendario de eventos, fiestas, tradiciones, etc. Diseño de campaña de comunicación. Planificación de eventos principales. Coordinación con población, artistas, empresariado... Creación de eventos. Campaña promocional. Evaluación de resultados.			
PRESUPUESTO	7.001 - 15.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Ene. 2025	FECHA FIN	Dic. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico. ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 17 - Alianzas para lograr objetivos.			
INDICADORES	Número de turistas que participan en actividades culturales tradicionales. Asistencia y participación de la población local en la organización y ejecución de los eventos. Aumento en el número de negocios locales que ofrecen productos o servicios relacionados con las tradiciones y cultura local.			

S.1.	
EJE	Sostenibilidad medioambiental
LÍNEA ESTRATÉGICA	Sensibilización y educación ambiental
ACTUACIÓN	Sensibilización ciudadana sobre sostenibilidad medioambiental
JUSTIFICACIÓN	El municipio cuenta con importantes recursos naturales y un entorno atractivo que necesita ser preservado frente al impacto del turismo y la actividad humana. Sin embargo, la falta de conocimiento y compromiso en prácticas sostenibles por parte de algunos residentes y visitantes puede poner en riesgo el equilibrio medioambiental del territorio. La sensibilización ciudadana es una herramienta clave para educar y movilizar a la población hacia un modelo de convivencia responsable con el entorno, contribuyendo no solo a la preservación del medio ambiente, sino también a mejorar la calidad de vida de la ciudadanía y la experiencia de los turistas que visitan el municipio.
DESCRIPCIÓN	Consiste en implementar un programa que fomente una mayor conciencia y prácticas responsables entre residentes y visitantes del municipio en torno al cuidado del medio ambiente. El programa incluirá actividades educativas, campañas informativas y talleres prácticos para promover hábitos sostenibles en áreas como la reducción de residuos, el reciclaje, el ahorro de energía y agua y el respeto por los espacios naturales del municipio. Asimismo, se buscará involucrar activamente a escuelas, empresas locales y asociaciones en estas iniciativas para maximizar su alcance y efectividad. La actuación también tendrá un enfoque en la preservación del patrimonio natural del municipio, incentivando a la ciudadanía a participar en acciones colectivas como limpiezas de espacios naturales, reforestación y cuidado de rutas de senderismo, promoviendo así un compromiso comunitario con la sostenibilidad.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Incrementar el nivel de conocimiento de los ciudadanos sobre la sostenibilidad.</p> <p>Promover la adopción de prácticas sostenibles.</p> <p>Fomentar el cuidado colectivo de los espacios naturales.</p> <p>Reducir el impacto ambiental del turismo y las actividades cotidianas.</p> <p>Crear una población más comprometida y responsable.</p>



PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Identificación de las principales necesidades medioambientales del municipio. Diseño de un plan anual de actividades, adaptado a diferentes grupos de edad y perfiles. Creación de materiales educativos y promocionales. Diseño de campañas de sensibilización. Ejecución de las mismas. Evaluación de resultados.			
PRESUPUESTO	7.001 - 15.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Ene. 2027	FECHA FIN	Mar. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 13 - Acción por el clima. ODS 14 - Vida submarina. ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres.			
INDICADORES	Número de personas participantes. Incremento en la percepción positiva de la ciudadanía sobre el estado del medio ambiente en el municipio (medido a través de encuestas). Incremento en el aprendizaje de la ciudadanía sobre medio ambiente (medido a través de encuestas).			



S.2.	
EJE	Sostenibilidad medioambiental
LÍNEA ESTRATÉGICA	Sensibilización y educación ambiental
ACTUACIÓN	Sensibilización a agentes turísticos sobre sostenibilidad medioambiental
JUSTIFICACIÓN	El sector turístico es un motor económico clave, pero también uno de los que más impacto puede generar en el entorno natural si no se gestiona adecuadamente. Todo el personal relacionado con el turismo, al estar en contacto con los visitantes, tienen una gran responsabilidad en la promoción de prácticas responsables y sostenibles. Sin embargo, muchas veces carecen de la formación necesaria para implementar estas estrategias. Sensibilizarlos y capacitarlos fortalecerá la sostenibilidad del destino y también mejorará la experiencia turística, contribuyendo a la preservación del patrimonio natural y cultural del municipio.
DESCRIPCIÓN	Se trata de educar y capacitar a agentes turísticos, propietarios de alojamientos, guías y otros actores clave del sector turístico local para que adopten prácticas responsables y sostenibles en sus actividades. A través de talleres y charlas especializada se les proporcionará información y herramientas prácticas para minimizar el impacto ambiental de sus operaciones, promover el turismo responsable y contribuir a la conservación del patrimonio natural y cultural del municipio. La actuación incluirá la promoción de estrategias como la reducción de residuos, la integración de prácticas de ahorro energético, la elección de proveedores sostenibles y el diseño de experiencias turísticas que respeten y valoren el entorno natural y la población local. Además, se fomentará la colaboración público-privada para fortalecer las sinergias en la promoción de un modelo de turismo sostenible.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Capacitar a los agentes turísticos en prácticas sostenibles.</p> <p>Apoyar a la minimización del impacto ambiental del turismo.</p> <p>Fomentar la adopción de modelos de negocio responsables.</p> <p>Fomentar el desarrollo sostenible del turismo en Icod.</p> <p>Incrementar la colaboración entre agentes turísticos y administración local.</p>



PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Identificación de los agentes turísticos clave en el municipio. Análisis del impacto ambiental actual del sector turístico local. Diseño de un plan anual de actividades, adaptado a diferentes agentes. Creación de materiales educativos y promocionales. Diseño de campañas de sensibilización. Ejecución de las mismas. Evaluación de resultados.		
PRESUPUESTO	7.001 - 15.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Sep. 2025	FECHA FIN Nov. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 13 - Acción por el clima. ODS 14 - Vida submarina. ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres.		
INDICADORES	Número de agentes turísticos capacitados en sostenibilidad. Porcentaje de agentes turísticos que adoptan prácticas sostenibles en sus operaciones. Número de eventos y talleres realizados dirigidos al sector turístico.		

S.3.	
EJE	Sostenibilidad medioambiental
LÍNEA ESTRATÉGICA	Sensibilización y educación ambiental
ACTUACIÓN	Creación de material informativo online y campañas de concienciación en materia de sostenibilidad
JUSTIFICACIÓN	La creciente presión ambiental generada por el turismo y las actividades humanas exige una respuesta activa para fomentar la sostenibilidad. Sin embargo, muchas personas desconocen cómo sus decisiones cotidianas pueden contribuir a preservar el entorno. La educación ambiental y la concienciación a través de campañas digitales son herramientas esenciales para llegar a un público amplio y diverso, fomentando una cultura de respeto y cuidado hacia el medio ambiente.
DESCRIPCIÓN	Se crearán materiales para apoyar a las anteriores acciones y para informar sobre la importancia de adoptar hábitos responsables para preservar el medio ambiente y los recursos naturales. El material incluirá infografías, guías prácticas, videos y publicaciones interactivas que aborden temas como el reciclaje, la reducción de residuos, el uso eficiente de recursos y el respeto por el entorno natural y cultural. Las campañas estarán diseñadas para ser distribuidas a través de plataformas digitales como redes sociales, la web municipal, aplicaciones móviles y en puntos de información turística. El contenido destacará acciones concretas que la ciudadanía y turistas pueden tomar para contribuir a la sostenibilidad, además de promocionar las iniciativas locales en esta materia.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Aumentar la sensibilización de residentes y turistas.</p> <p>Promover prácticas responsables y sostenibles.</p> <p>Involucrar a la población local y turística.</p> <p>Incentivar la participación activa en las iniciativas municipales.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Identificación de los principales temas de sostenibilidad que se abordarán en las campañas (gestión de residuos, ahorro energético, biodiversidad, etc.).</p> <p>Creación de contenido multimedia.</p> <p>Traducción del material a varios idiomas.</p> <p>Distribución del material online: redes sociales, web, newsletters...</p> <p>Evaluación de resultados.</p>
PRESUPUESTO	7.001 - 15.000 euros



FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Jun. 2025	FECHA FIN	Sep. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles.</p> <p>ODS 12 - Producción y consumo responsables.</p> <p>ODS 13 - Acción por el clima.</p> <p>ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres.</p>			
INDICADORES	<p>Número de visualizaciones y descargas del material informativo online.</p> <p>Número de idiomas en los que se produce y distribuye el material.</p> <p>Porcentaje de turistas y residentes que manifiestan mayor conocimiento en temas de sostenibilidad (medido mediante encuestas).</p>			



S.4.			
EJE	Sostenibilidad medioambiental		
LÍNEA ESTRATÉGICA	Gestión de residuos y recursos naturales		
ACTUACIÓN	Aumento de contenedores de reciclaje en áreas periféricas		
JUSTIFICACIÓN	Las áreas periféricas del municipio carecen en muchos casos de suficientes puntos de reciclaje, lo que limita la participación de residentes en la gestión responsable de sus desechos. Incrementar la disponibilidad de contenedores en estas zonas facilitará el reciclaje y contribuirá a reducir la contaminación, mejorando la calidad de vida de los habitantes. La actuación es esencial para avanzar hacia un modelo de municipio más sostenible y responsable con el medio ambiente.		
DESCRIPCIÓN	Consiste en extender la accesibilidad al reciclaje a todos los rincones del municipio, especialmente en las zonas periféricas. Esto permitirá mejorar la gestión de residuos en el municipio, fomentar hábitos responsables entre la ciudadanía y reducir el impacto ambiental de los desechos. La actuación incluirá la identificación de puntos estratégicos para la instalación de contenedores de reciclaje (plástico, papel, vidrio y orgánicos) y la colocación de los mismos.		
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	Aumentar la accesibilidad al reciclaje. Fomentar hábitos sostenibles y responsables. Mejorar la calidad ambiental del municipio.		
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Análisis de la distribución actual de contenedores de reciclaje en el municipio. Identificación de áreas periféricas con insuficiencia de puntos de reciclaje. Determinación de los puntos estratégicos para la colocación de nuevos contenedores. Adquisición e instalación de contenedores de reciclaje. Evaluación de resultados.		
PRESUPUESTO	15.001 - 30.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Oct. 2026	FECHA FIN Feb. 2027
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 13 - Acción por el clima. ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres.		



INDICADORES

Número de necesidades detectadas.

Número de nuevos contenedores de reciclaje instalados en áreas periféricas.



S.5.			
EJE	Sostenibilidad medioambiental		
LÍNEA ESTRATÉGICA	Gestión de residuos y recursos naturales		
ACTUACIÓN	Instalación de sistemas de reciclaje en puntos turísticos clave		
JUSTIFICACIÓN	Los puntos turísticos clave del municipio reciben gran cantidad de visitantes, lo que genera un volumen significativo de residuos. Sin embargo, la escasa infraestructura adecuada de reciclaje en estas áreas contribuye a una gestión deficiente de los desechos y a la percepción negativa del destino. Instalar sistemas de reciclaje en estas zonas permitirá gestionar mejor los residuos y proyectar una imagen de compromiso ambiental.		
DESCRIPCIÓN	Se busca dotar a las áreas más visitadas del municipio de contenedores de reciclaje específicos (papel/cartón, plástico, vidrio y orgánicos). Estos sistemas estarán acompañados de cartelería informativa multilingüe y visualmente atractiva para guiar tanto a turistas como a residentes en la correcta separación de residuos. La acción tiene un enfoque práctico y educativo, fomentando un turismo sostenible y reduciendo el impacto ambiental en las zonas de mayor afluencia.		
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Dotar a los puntos turísticos clave de sistemas de reciclaje.</p> <p>Reducir la cantidad de residuos no reciclados.</p> <p>Fomentar una cultura de sostenibilidad entre turistas y residentes.</p> <p>Mejorar la imagen del municipio.</p>		
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Identificación de los puntos turísticos clave con mayor afluencia y generación de residuos.</p> <p>Análisis de las necesidades específicas de cada ubicación.</p> <p>Diseño de señalética.</p> <p>Determinación de los puntos estratégicos para la colocación de nuevos contenedores.</p> <p>Adquisición e instalación de contenedores de reciclaje.</p> <p>Evaluación de resultados.</p>		
PRESUPUESTO	15.001 - 30.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Feb. 2026	FECHA FIN
			Oct. 2026



ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 13 - Acción por el clima. ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres.
INDICADORES	Número de necesidades detectadas. Número de nuevos contenedores de reciclaje instalados en puntos clave.



S.6.	
EJE	Sostenibilidad medioambiental
LÍNEA ESTRATÉGICA	Gestión de residuos y recursos naturales
ACTUACIÓN	Estudios de capacidad de carga de recursos turísticos
JUSTIFICACIÓN	Los recursos de Icod pueden enfrentar la amenaza de degradación si se genera un turismo descontrolado y si existe desconocimiento de su capacidad de carga. Este problema se agrava en áreas de gran masa forestal y en puntos sensibles desde el punto de vista ecológico. Realizar un estudio de capacidad de carga permitirá proteger estos entornos y garantizar su conservación a largo plazo.
DESCRIPCIÓN	El estudio de capacidad de carga, especialmente de los recursos relacionados con el turismo de naturaleza y zonas masa forestal, trata de evaluar el nivel máximo de visitantes que los recursos de Icod pueden soportar sin que se vean comprometidos su sostenibilidad, conservación y calidad de la experiencia turística. Este estudio permitirá identificar los límites para un uso sostenible y desarrollar estrategias para mitigar impactos negativos en el medio ambiente, tales como la erosión, el daño a la flora y fauna, y la generación excesiva de residuos. Asimismo, los resultados del estudio servirán para establecer pautas de gestión turística, si fuese necesario, para limitar o ajustar las visitas.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Evaluar la capacidad de carga de los recursos turísticos del municipio.</p> <p>Identificar los impactos del turismo.</p> <p>Proteger y conservar los ecosistemas forestales y otros recursos naturales sensibles.</p> <p>Garantizar una experiencia de calidad para los visitantes.</p> <p>Evitar la saturación.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Búsqueda de financiación.</p> <p>Proceso de licitación.</p> <p>Revisión de estudios previos, si los hubiera.</p> <p>Recopilación de datos sobre flujo turístico actual.</p> <p>Recogida de datos existentes sobre los recursos, incluyendo flora, fauna, geografía, y patrones actuales de uso turístico.</p> <p>Trabajo de campo.</p> <p>Mediciones in situ.</p>



	<p>Análisis ambiental y socioeconómico. Definición de indicadores de capacidad de carga. Simulación de escenarios. Propuesta de medidas de gestión. Validación con agentes locales. Elaboración de informe final. Evaluación de resultados.</p>		
PRESUPUESTO	30.001 - 50.000 euros		
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Mar. 2025	FECHA FIN Nov. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	<p>ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 13 - Acción por el clima. ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres.</p>		
INDICADORES	<p>Número de recursos turísticos evaluados en el estudio. Porcentaje de áreas turísticas con regulaciones implementadas tras el estudio.</p>		



S.7.				
EJE	Sostenibilidad medioambiental			
LÍNEA ESTRATÉGICA	Gestión de residuos y recursos naturales			
ACTUACIÓN	Evaluación periódica de impactos ambientales en las áreas turísticas			
JUSTIFICACIÓN	El turismo puede generar impactos significativos en el entorno si no se gestiona adecuadamente, lo que pone en riesgo tanto la conservación del patrimonio como la viabilidad del turismo a largo plazo. Establecer un sistema de evaluación periódica permitirá detectar problemas antes de que sean irreversibles y asegurar que los recursos turísticos sigan siendo atractivos y sostenibles.			
DESCRIPCIÓN	Consiste en realizar análisis regulares para medir cómo las actividades turísticas afectan a los ecosistemas locales, especialmente en recursos naturales como senderos, bosques y costas. Las evaluaciones permitirán identificar cambios negativos en el medio ambiente, como erosión del suelo, pérdida de biodiversidad o contaminación, y diseñar medidas correctivas que aseguren la sostenibilidad a largo plazo.			
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	Establecer un sistema periódico de evaluación ambiental. Detectar y prevenir impactos ambientales negativos. Promover la sostenibilidad turística.			
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	Identificación de las áreas turísticas clave a evaluar. Diseño del sistema de monitoreo. Establecimiento de puntos de control. Primera evaluación diagnóstica. Monitoreo regular. Análisis de resultados y generación de informes. Propuestas de mitigación y ajustes en la gestión turística. Evaluación de resultados.			
PRESUPUESTO	30.001 - 50.000 euros			
FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Jun. 2025	FECHA FIN	Ago. 2029



ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 13 - Acción por el clima. ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres.
INDICADORES	Número de evaluaciones ambientales realizadas anualmente. Porcentaje de áreas turísticas monitorizadas frente al total de recursos turísticos. Cantidad de medidas correctivas diseñadas a partir de los resultados del monitoreo. Cantidad de medidas correctivas implementadas a partir de los resultados del monitoreo.

S.8.	
EJE	Sostenibilidad medioambiental
LÍNEA ESTRATÉGICA	Gestión de residuos y recursos naturales
ACTUACIÓN	Señalización para la conservación del entorno natural
JUSTIFICACIÓN	El entorno natural del municipio, al ser un atractivo principal para los turistas, está sometido a riesgos derivados de la actividad humana, como la alteración de hábitats, la contaminación y el mal uso de los senderos. La falta de señalización adecuada puede conducir a la desconexión de los visitantes con el entorno y su importancia ecológica, lo cual aumenta el riesgo de daños. La instalación de una señalización clara y educativa ayudará a evitar la degradación de las áreas naturales y proteger los ecosistemas sensibles. También a fomentar un comportamiento responsable y respetuoso por parte de los turistas.
DESCRIPCIÓN	Consiste en la instalación de carteles informativos, señalización direccional y educativas a lo largo de los principales recursos naturales del municipio, con el objetivo de sensibilizar a los turistas y a la ciudadanía sobre la importancia de conservar el medio ambiente. Ayudarán a guiar a visitantes por las rutas y áreas protegidas, evitando la alteración de ecosistemas frágiles y asegurando el respeto por las normativas ambientales. Asimismo, se incluirán mensajes educativos sobre la flora y fauna locales, los riesgos de la erosión y la importancia de minimizar los residuos, promoviendo un turismo responsable.
OBJETIVOS DE LA ACTUACIÓN	<p>Instalar señalización informativa y educativa.</p> <p>Sensibilizar a turistas y residentes sobre la importancia de la conservación del medio ambiente.</p> <p>Reducir el impacto negativo del turismo.</p> <p>Fomentar la preservación de los recursos naturales.</p>
PROGRAMA DE ACTIVIDADES	<p>Identificación de áreas críticas.</p> <p>Diseño de la señalización.</p> <p>Selección de ubicaciones estratégicas.</p> <p>Instalación de las señales.</p> <p>Evaluación de resultados.</p>
PRESUPUESTO	15.001 - 30.000 euros



FECHA DE EJECUCIÓN	FECHA INICIO	Sep. 2028	FECHA FIN	Abr. 2029
ODS A LOS QUE CONTRIBUYE (3 principales)	ODS 11 - Ciudades y comunidades sostenibles. ODS 12 - Producción y consumo responsables. ODS 13 - Acción por el clima. ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres.			
INDICADORES	Número de señales instaladas. Porcentaje de áreas críticas con señalización adecuada.			



Eje 1. Gobernanza

Eje	Línea	Título Acción	2025												2026												2027												2028												2029											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
Gobernanza	Fortalecimiento de la gestión turística local y coordinación interna	Mesas de trabajo entre todas las áreas del Ayuntamiento	[Blue bar]																																																											
	Fortalecimiento de la gestión turística local y coordinación interna	Creación de Consejo Sectorial de turismo	[Blue bar]																																																											
	Fortalecimiento de la gestión turística local y coordinación interna	Mesas de turismo público-privadas periódicas	[Blue bar]																																																											
	Fortalecimiento de la gestión turística local y coordinación interna	Trabajos para la ampliación de personal técnico área de turismo	[Blue bar]																																																											
	Fortalecimiento de la gestión turística local y coordinación interna	Puesta en marcha del plan estratégico y seguimiento	[Blue bar]																																																											
	Impulso de la coordinación supramunicipal e intermunicipal	Impulso en la comunicación e insistencia a administraciones supramunicipales	[Blue bar]																																																											
	Impulso de la coordinación supramunicipal e intermunicipal	Alianzas con municipios cercanos para sinergia turística	[Blue bar]																																																											
	Gestión del patrimonio y regulación del entorno turístico	Regulación de viviendas vacacionales	[Blue bar]																																																											
	Gestión del patrimonio y regulación del entorno turístico	Análisis de la seguridad y presencia policial	[Blue bar]																																																											
	Gestión del patrimonio y regulación del entorno turístico	Establecimiento de acuerdos con patrimonio eclesiástico	[Blue bar]																																																											
Gestión del patrimonio y regulación del entorno turístico	Análisis de información turística recogida por oficinas de turismo	[Blue bar]																																																												

Eje 2. Infraestructura y acondicionamiento del municipio

Eje	Línea	Título Acción	2025												2026												2027												2028												2029											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
Infraestructura y acondicionamiento del municipio	Recuperación y mejora del espacio público y áreas naturales	Recuperación de la playa de San Marcos	[Blue bar]																																																											
	Recuperación y mejora del espacio público y áreas naturales	Mejora de la accesibilidad del Parque del Drago	[Blue bar]																																																											
	Recuperación y mejora del espacio público y áreas naturales	Recuperación Finca Boquin	[Blue bar]																																																											
	Recuperación y mejora del espacio público y áreas naturales	Rehabilitación, puesta a punto y mantenimiento de senderos	[Blue bar]																																																											
	Recuperación y mejora del espacio público y áreas naturales	Homologación de senderos	[Blue bar]																																																											
	Rehabilitación y creación de infraestructuras urbanas	Restauración del mercado municipal	[Blue bar]																																																											
	Rehabilitación y creación de infraestructuras urbanas	Embellecimiento y mejora de infraestructuras del casco histórico	[Blue bar]																																																											
	Rehabilitación y creación de infraestructuras urbanas	Finalización de proyecto de mejora Centro de visitantes Parque del Drago	[Blue bar]																																																											
	Rehabilitación y creación de infraestructuras urbanas	Rehabilitación del Parking de La Asomada	[Blue bar]																																																											
	Rehabilitación y creación de infraestructuras urbanas	Proyecto de creación de nuevas zonas de aparcamiento	[Blue bar]																																																											
	Rehabilitación y creación de infraestructuras urbanas	Edificación de un centro de interpretación de la Cueva del Viento	[Blue bar]																																																											
	Mejora de la conectividad y señalización urbana	Creación de tren turístico-comercial	[Blue bar]																																																											
	Mejora de la conectividad y señalización urbana	Potenciación de transporte interurbano	[Blue bar]																																																											
	Mejora de la conectividad y señalización urbana	Proyecto de peatonalización del casco histórico	[Blue bar]																																																											
	Mejora de la conectividad y señalización urbana	Mejora de la señalización turística	[Blue bar]																																																											

Plan Estratégico de Turismo de Icod de los Vinos

Entregable final, revisión diciembre 2024.

Desarrollado por:



GRUPO
Innovaris
CONSULTORES

Innovaris, S.L.