Diario de Avisos

05/06/2011

Tirada: 26.735 Categoría: Islas Canarias
Difusión: 21.481 Edición: Canarias
Audiencia: 101.360 Página: 70

Exceltur

AREA (cm2): 785,0 OCUPACIÓN: 69,4% V.PUB.: 586 € NOTICIAS EXCELTUR

TURISMO Y COMPETITIVIDAD, BASES DE UN NUEVO MODELO DE DESARROLLO

Antonio J. Olivera Herrera
Doctor en Economía
David Padrón Marrero
Profesor doctor en Economía (ULL)

El turismo ha sido, es, será y debe seguir siendo uno de los pilares de nuestra economía, de nuestro modelo de crecimiento y desarrollo. Sí, somos conscientes que dado el título elegido para este artículo, muchos esperarían que hablásemos de nuevas tecnologías, políticas de I+D+i o biotecnología. Eso es lo que se lleva. Se trata, sin duda, de una interpretación parcial, e incluso errónea, de lo que debe interpretarse por cambio de modelo. El error obedece a que se identifican las estrategias de desarrollo y mejora de la competitividad con cambios radicales en el patrón de especialización. Sin embargo, este tipo de planteamientos escapa a la racionalidad económica más elemental.

Queremos llamar desde un principio la atención sobre las siguientes ideas:

1) El modelo de desarrollo económico canario de las últimas décadas adolece de importantes debilidades estructurales, siendo la más importante nuestra baja productividad y su lento crecimiento, cuando no retroceso. Detrás de esta debilidad se encuentra la ausencia de una verdadera cultura de la eficiencia en el tejido empresarial canario (véanse los informes anuales de los últimos cuatro años del CES-Canarias, así como el panel de opinión *Productividad empresarial canaria* de las cámaras de comercio locales).

2) Junto a las debilidades del modelo actual, éste ha llegado a su fin desde hace tiempo, lo que reclama (también desde hace tiempo) su urgente renovación. Canarias ha basado su crecimiento reciente en un modelo de corte imitador, donde lo fundamental era acumular factores productivos y explotar eficientemente tecnologías importadas y plenamente estandarizadas o maduras. Los cambios tecnológicos, la globalización y la emergencia de economías mejor posicionadas en este tipo de segmentos señalan con claridad que Canarias ya no puede seguir apostando por este tipo de modelo de desarrollo (véase el informe anual del CES-Canarias del año pasado).

3) El reto que debe afrontar el conjunto de la sociedad canaria en los próximos años está en propiciar un progresivo desplazamiento hacia un modelo de corte innovador, donde la calidad, el diseño, la diferenciación y la excelencia empresarial desempeñan un papel central.

4) Debemos aspirar a un modelo renovado, y no pensar tanto en términos de cambio radical. Las revoluciones rara vez se producen en economía. Las cosas no aparecen *ex nihilo*. Los cambios suelen ser procesos lentos. A lo sumo, la revolución, de producirse, debe ser en nuestra forma de hacer las cosas, y no tanto en lo que hacemos. Canarias, sus poderes públicos, deben propiciar un entorno potenciador de una verdadera cultura de la eficiencia, la innovación y la excelencia.

Este sector debe propiciar la renovación de nuestro modelo de desarrollo, anclado en la imitación y agotado, para ir hacia otro basado en la innovación

Estas consideraciones son aplicables a todos los ámbitos de la economía canaria, y por supuesto, también a nuestro sector turístico. De hecho, debido a su elevada presencia en nuestra economía (en términos de aportación directa al PIB, al empleo, por la importancia del gasto turístico, etc.) y por sus importantes efectos de arrastre (efectos inducidos sobre multitud de ramas de todos los sectores productivos), el deterioro de la competitividad del sector turístico ha lastrado el potencial competitivo del conjunto de nuestra región. Expresado en otros términos, el sector turístico, por las razones apuntadas antes, debe ser entendido como una de las fuerzas tractoras que, además de sacarnos de la crisis, propicie la renovación de nuestro modelo de desarrollo, desde el que tenemos actualmente, anclado en la imitación y que está agotado, hacia otro basado en la innovación y que es por donde pasa nuestro futuro y la posibilidad de mejorar las condiciones de vida de nuestra sociedad.

El deterioro de la competitividad del sector turístico canario no es algo nuevo. Es un hecho suficientemente contrastado y fácil de ilustrar acudiendo a una serie de datos concretos. Así, en primer lugar, a partir de los datos de movimientos turísticos en fronteras (Frontur) de Canarias, se puede comprobar cómo, al menos desde el año 2001, se viene produciendo una pérdida continua y constante de turistas extranjeros en el Archipiélago (véase gráfico adjunto). Imagen que contrasta con la evolución observada en el conjunto de España, que había seguido una tendencia creciente hasta 2008. Por tanto, la crisis actual no ha hecho sino llevar al extremo una tendencia que se viene apreciando desde hace mucho tiempo.

El problema estructural del turismo en Canarias también presenta una segunda vertiente que es el constante deterioro del ingreso turístico (véase tabla adjunta). Entre 2006 y 2010 se produce una caída de los ingresos turísticos de aproximadamente unos 600 millones de euros al año. Esta reducción es un reflejo del descenso del número de turistas, de la estancia media de éstos y, sobre todo, del ingreso medio que genera cada turista al día. Es decir, la estrategia competitiva del turismo canario se ha concentrado en una política de moderación de precios.

De igual manera, son muchos los trabajos que se han encargado de señalar con claridad los factores que explican este deterioro competitivo. También contamos con planes de actuación que señalan, desde hace tiempo, la estrategia a seguir. Ya estamos cansados de escuchar un año sí y otro también que necesitamos renovar nuestro modelo turístico. Entonces, ¿qué es lo que falla? La voluntad y liderazgo políticos necesarios para llevarlo a la práctica.

Nuestro modelo turístico nos ha brindado resultados económicos fabulosos desde que arrancase en los años 1960. Sin embargo, desde la década de 1990 muestra síntomas claros de debilidad, que se han ido haciendo cada vez más patentes.

Dadas nuestras fuertes ventajas competitivas, asociadas a nuestra ubicación y características geográficas y a las bondades de nuestro clima, apostamos por un modelo de turismo de masas. La existencia de estos factores positivos al desarrollo de la actividad turística, con el tiempo, se tradujo en cierta pasividad del sector empresarial, que prácticamente tenía asegurada la demanda. Posteriormente, el aterrizaje de los turoperadores terminó por debilitar completamente el "músculo" empresarial (Fernando Fraile González, 2009). Éstos fueron acaparando una parte creciente del negocio turístico, hasta arrastrarnos a la cultura del *todo incluido*, paradigma de la estandarización de los modelos de desarrollo de corte imitativo.

Si alguien no se explica aún cómo es posible que en el transcurso de los últimos 50 años hayamos pasado del *canario amable* con el turista a una sociedad con serias reticencias sobre las bondades del sector turístico, en el párrafo anterior tiene la explicación: el turismo masivo de corte imitador-estandarizado nos llevó (nos dejamos llevar) a una política intensiva en el uso del suelo, que, unida a serias irregularidades y abusos permitidos por nuestros poderes públicos, han llevado, en algunos casos, a un deterioro notable del medio ambiente, del que siempre hemos presumido; la estandarización o turismo en masa por el que apostamos requiere el control de costes, fundamentalmente labora-

Diario de Avisos

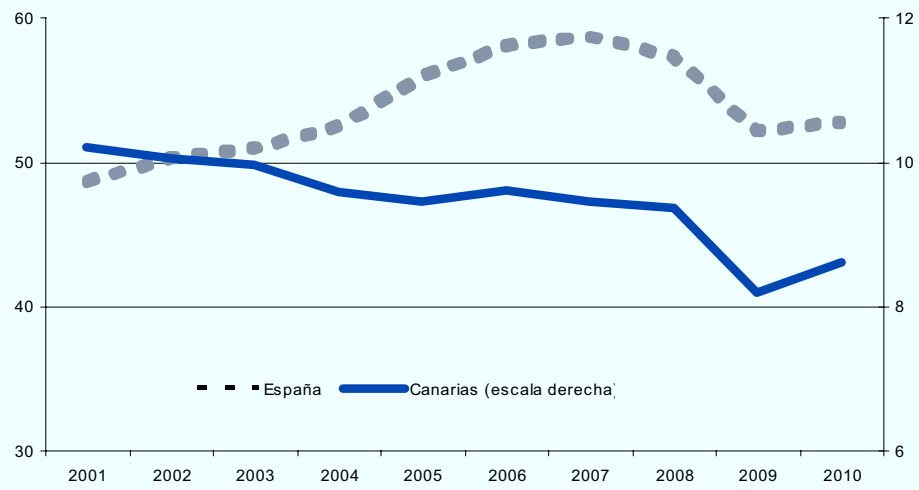
Tirada: 26.735 Categoría: Islas Canarias
Difusión: 21.481 Edición: Canarias
Audiencia: 101.360 Página: 71

05/06/2011

Exceltur

AREA (cm2): 356,4 OCUPACIÓN: 31,5% V.PUB.: 339 € NOTICIAS EXCELTUR

TURISTAS EXTRANJEROS LLEGADOS A ESPAÑA Y A CANARIAS



FUENTE: FRONTUR CANARIAS E INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICA ELABORACIÓN PROPIA / DA

INGRESOS TURÍSTICOS REALES EN DESTINO Y SUS COMPONENTES

Año	Ingresos turísticos (euros 2006)	Número turístas	Ingreso medio (euros 2006)	Estancia media (días) 2006
2006	4.048.188.171	10.379.248	37,71	10,20
2007	3.964.454.989	10.308.383	37,39	9,97
2008	3.869.891.176	10.126.410	35,81	9,96
2009	3.113.921.347	8.760.071	33,60	9,74
2010	3.400.463.572	9.580.719	32,04	9,62

FUENTE: ENCUESTA SOBRE GASTO TURÍSTICO E ÍPC (INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICA) ELABORACIÓN PROPIA / DA

les, lo que ha llevado a descuidar los recursos humanos, las políticas de formación, y a primar el control de salarios y el uso extensivo de contratos precarios. Esta deriva de nuestro sector turístico ha sido la que ha llevado a una creciente contestación social. *Afortunadamente*, los pilares anteriores ya no son sustentables, lo que nos fuerza a cambiar.

La dinámica anterior nos restó margen de acción y nos sumió en una especie de círculo vicioso, cuya ruptura debemos afrontar ahora. "Canarias es un destino turístico maduro especializado, a su vez, en la venta de un producto turístico maduro" (Raúl Hernández Martín, 2009). Ya no somos competitivos en este segmento: la aparición de nuevos competidores y sus crecientes cuotas de mercado así lo atestiguan. Adicionalmente, las nuevas tecnologías y unos clientes mejor informados y más exigentes han cambiado las pautas de demanda imperantes hasta no hace mucho tiempo. Ahora los turistas buscan experiencias únicas (productos diferenciados).

La apuesta debe ser, de una vez por todas, por un modelo innovador, donde calidad, diferenciación y excelencia empresarial deben constituirse en las señas de identidad básicas de nuestro renovado modelo turístico. Aunque son muchos los frentes que deben abordarse, deseamos poner el énfasis en una tríada que entendemos irrenunciable: la calidad del espacio turístico, la renovación hotelera, y la formación del personal. Este último elemento, el de la formación y una adecuada gestión de los recursos humanos, es uno de los problemas estructurales más graves que tiene hoy nuestro sector turístico. Así lo pone de relieve el informe *Monitur 2009* (elaborado por Exceltur), donde se estudia la competitividad del ramo en las 17 comunidades autónomas españolas. Estos datos confirman los resultados encontrados por las cámaras canarias en su panel de opinión sobre la *Productividad Empresarial Canaria*.

Este cambio de modelo permitirá, sin duda, reconciliar a la sociedad canaria con su "industria" más importante y estratégica. Mejores condiciones laborales, incluidas las salariales. Distinta consideración del medio ambiente, que debe constituirse en un activo más de nuestra oferta turística.

Si nuestras autoridades, por fin, logran potenciar el aprovechamiento de las innumerables interconexiones (efectos de arrastre) del sector, sus mayores exigencias de calidad, diferenciación, innovación podrían trascender a muchas otras ramas (industriales, sector primario…).

El sector turístico puede reconciliarse nuevamente con la sociedad canaria, y ser el catalizador del cambio que precisa nuestra economía hacia un estadio de desarrollo superior, basado en la innovación y donde las ganancias se distribuyan más equitativamente.