



Opinión. *«Ya es un lugar común decir que el futuro del sector no pasa por la apuesta por la cantidad sino por la calidad y la excelencia; y eso, entre otros factores, exige liderazgo institucional»* ♦ Román Rodríguez / Presidente de NC

Turismo y competitividad

La llegada de turistas extranjeros en octubre se incrementó un 9,7% (79.400 turistas más) respecto al mismo mes del año 2009, consolidándose así la tendencia a la mejora de este indicador de los últimos meses. Esto ha originado la euforia del Gobierno canario, cuyo presidente se ha puesto las medallas del buen dato, atribuible al parecer a la «acción del gobierno» y no a la recuperación económica de los países emisores. Siempre igual: cuando las cosas van mal la culpa es de la crisis internacional y de Zapatero; cuando mejoran, el mérito es del Ejecutivo canario. Pero analicemos los datos en profundidad para conocer la realidad de nuestro principal sector económico.

El acumulado de llegada de turistas extranjeros en el periodo enero-octubre de 2010 se ha incrementado un 5,2% respecto al mismo periodo del año anterior; mientras que en el Estado este aumento ha sido sólo del 1,2%. Esto quiere decir que en los primeros 10 meses de este año han llegado a Canarias 363.496 visitantes extranjeros más que en 2009. No debe olvidarse, a efectos de realizar comparaciones, que en el año 2009 se produjo en Canarias la mayor caída del número de turistas desde 1990: una bajada del 12,3% (1,1 millones de turistas menos), frente a una caída estatal del 8,7%.

Aunque EGATUR aún no ha publicado los datos del gasto turístico correspondiente a octubre, si podemos analizar el acumulado enero-septiembre de 2010. Mientras que la llegada de turistas a las Islas se incrementó un 4,7% en ese periodo respecto al año anterior, el gasto turístico extranjero (es decir los ingresos turísticos) se redujo un 1,0%. Esta disminución apunta a que se está produciendo una reducción de los precios de los paquetes turísticos, que sigue siendo la forma de contratación mayoritaria usada por nuestros visitantes. Esta situación de que au-



mentando la afluencia de turistas se reduce el gasto turístico no se da a nivel estatal. Así, en enero-septiembre, el aumento de turistas extranjeros en España es sólo del 0,8% pero el del gasto turístico es del 2,0%. Es evidente que el indicador más relevante es el gasto turístico y no tanto el número de turistas. Cuanto más gasto medio por turista haya mejor para el destino. Por tanto, el turismo que está recibiendo el Archipiélago es de menos calidad y parece que la prioridad sigue siendo la apuesta por la cantidad al precio que sea («hay que traer un millón de turistas más» dice Rivero). Sin duda, es positivo recuperar el número de turistas perdidos en 2009, pero no debe hacerse a costa de devaluar el destino Canarias vía precio, porque como señalan los expertos es muy difícil salir luego del encuadramiento de 'destino barato' cara a los touroperadores.

Tampoco es de recibo que las medidas cortoplacistas, hasta explicables en un con-

texto de crisis, perjudiquen y retrasen las reformas estructurales que necesita nuestro sector turístico. Porque la tendencia al estancamiento, cuando no al retroceso, de la actividad turística en el Archipiélago no responde exclusivamente a la crisis. Viene de atrás. El análisis de los problemas del turismo en Canarias está perfectamente realizado y las medidas necesarias claramente definidas en la Ley de Directrices de Ordenación General y del Turismo aprobada en abril de 2003. Estas Directrices y sus disposiciones fueron abandonadas por los siguientes gobiernos de Martín y de Rivero. Este último copió literalmente las medidas propuestas en las Directrices Turísticas en el llamado «Acuerdo por la competitividad y la calidad del turismo en Canarias 2008-2020» que se firmó en Fuerteventura en enero 2008, con gran alarde mediático, de cuya ejecución nunca más se ha sabido.

Ya es un lugar común decir que el futuro del sector no pasa por la apuesta por la can-

«Los resultados del 'Primer Monitor de Competitividad Turística, MoniTUR 2009' no pueden ser más decepcionantes para Canarias»



tidad sino por la calidad y la excelencia; y eso, entre otros factores, exige liderazgo institucional, especialmente del Gobierno canario. Como señalan las Directrices Turísticas de 2003 y reiteran los distintos estudios de EXCELTUR sobre la competitividad del sector, hay tres tareas irrenunciables para los destinos maduros como Canarias: la rehabilitación del espacio turístico, la renovación de la planta alojativa y la formación del personal.

Pues bien, los resultados del 'Primer Monitor de Competitividad Turística de las CCAA: MoniTUR 2009' no pueden ser más decepcionantes para Canarias. MoniTUR 2009 está dirigida a identificar y valorar los ámbitos determinantes de la competitividad turística de las comunidades autónomas, y detectar las polí-

ticas e instrumentos más relevantes y transversales de sus gobiernos que, junto a la gestión empresarial, permiten reforzarla. Sus resultados se expresan en una tabla resumen que recoge la posición relativa de cada comunidad autónoma globalmente y en cada uno de los siete pilares competitivos en que agrupa los 68 indicadores específicos utilizados en este estudio.

A pesar de que, tal como se refleja en el Informe, Canarias es la Comunidad con mayor importancia del turismo en su economía, en el ranking global sólo ocupa el sexto lugar de las 17 CCAA, siendo superada por País Vasco, Madrid, Cataluña, Andalucía y Baleares. Pero, lo que es más grave, ocupamos el último lugar en «atracción de talento, formación y eficiencia de recursos humanos en el sector turístico». Además, nos situamos en «ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico», que tiene que ver con la imprescindible rehabilitación de las zonas turísticas.

Por otra parte, ocupamos el octavo lugar en el indicador «el turismo como prioridad política y su gobernanza», que tampoco deja en buen lugar la gestión política del mismo. Alcanzamos el séptimo en «accesibilidad y conectividad por medios de transporte»; y nuestra mejor puntuación, el quinto lugar, la tenemos en «diversificación y categorización de productos turísticos», que es justamente el indicador más vinculado a la oferta que realiza la iniciativa privada. En definitiva, son unos resultados que no invitan a tirar voladores ni a ponerse medallas. Más cuando se afirma, y con razón, que el sector turístico es y seguirá siendo el principal motor económico de la economía canaria. Lo que exige trabajar con rigor y apostar por la cualificación del producto, la diversificación de la oferta y la renovación de la planta y de la ciudad turística.