

# Impacto económico del turismo en las Islas Canarias

RESUMEN DE LOS INDICADORES MAS RELEVANTES PARA EL AÑO 2003



## Comparación del impacto del turismo en Canarias y en el conjunto de España <sup>1</sup>

Canarias		España
32,6%	PIB	11,4%
37,3%	EMPLEO	11,2%
90,9%	EXPORTACIÓN (de servicios)	70,5%
21,2%	INVERSIÓN	5,0%

<sup>1</sup> Los datos para España relativos al PIB están actualizados por el INE hasta el año 2003. Los de Empleo se refieren al 2000 y los de Consumo e Inversión al año 1998, que son los últimos datos reflejados en la CSTE (Cuenta Satélite del Turismo Español) de diciembre de 2004, publicada por el INE.



C/ Antonio Maura 16, 4º izq.  
28014 Madrid  
T. 00 34 91 5237600  
F. 00 34 91 5227781  
www.exceltur.org



EXCELTUR es una asociación sin ánimo de lucro, integrada por los presidentes de un muy relevante grupo de empresas turísticas, que persigue, entre otros objetivos, elevar el reconocimiento socio-económico del turismo como primera industria del país y ayudar a la mejora de la competitividad del conjunto del sector turístico español.

Las empresas que integran Exceltur son:

AIR NOSTRUM LAM  
ALSA  
AMADEUS GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEMS  
AMERICAN EXPRESS DE ESPAÑA  
AVIS ALQUILE UN COCHE  
BARCELÓ CORPORACIÓN EMPRESARIAL  
CIA. TRASMEDITERRÁNEA  
FIESTA HOTEL GROUP  
GLOBALIA CORPORACIÓN EMPRESARIAL  
GRUPO CENDANT  
GRUPO LOPESAN  
HOSPITEN GESTION  
HOTELBEDS  
HOTELES HESPERIA  
HOTELES PLAYA  
HOTUSA HOTELES  
HUSA HOTELES  
IBERIA L.A.E.  
IBEROSTAR, HOTELES Y APTOS.  
ISLA BELLA  
INVERSIONES HOTELERAS PLAYA DEL DUQUE  
LOROPARQUE  
NH HOTELES  
PROMOTAFE  
RENFE  
RIU HOTELS & RESORTS  
SOL MELIÁ  
VIAJES EL CORTE INGLES

Sugerencias de EXCELTUR para reforzar la competitividad turística de las Islas Canarias



## Sugerencias de EXCELTUR para reforzar la competitividad turística de las Islas Canarias

Como cabía presumir de antemano y a la vista del resumen de los principales indicadores que se derivan de la Cuenta IMPACTUR elaborada conjuntamente por la Consejería de Turismo Canario y EXCELTUR, no cabe duda de que el turismo es el principal generador de riqueza y prosperidad para el conjunto de las Islas Canarias, y de ahí la necesidad de evitar actitudes autocomplacientes o el asumir que en un entorno turístico internacionalmente cada día más competitivo, esté asegurado sin más, el potencial de crecimiento y desarrollo futuro del sector en las Islas.

Es por este motivo, y dada la gran transversalidad de actuaciones públicas y privadas que inciden y se superponen en nuestro sector, por lo que se hace aconsejable asumir los diversos retos a los que se enfrenta el Sector Turístico, tanto en España en general, como en las Islas Canarias en particular, con una visión estratégica lo más convergente y consensuada posible a corto, medio y largo plazo entre todas las administraciones, los empresarios y los agentes sociales que conformamos el sector, para asegurar la sostenibilidad turística y garantizar la mayor prosperidad futura para todo el tejido socio-empresarial canario.

De ahí la relevancia que adquieren los ejercicios de reflexión y consenso que ya se han venido celebrando durante 2004 en Canarias y su más que aconsejable continuidad con vistas a consolidar un futuro turístico más competitivo y más sustentado en nuevos escenarios de planificación estratégica a largo plazo. Ello facilitaría el mejor marco tanto para ajustar las diversas políticas transversales de las diferentes administraciones, como para orientar y estimular a su vez los mayores avances y compromisos recíprocos del sector privado

En definitiva, nos encontramos ante un futuro lleno de nuevos desafíos competitivos que, entre otros, requerirán la progresiva renovación y reposicionamiento integral de algunos destinos y líneas de producto asociadas al Sol y Playa, seguir potenciando las infraestructuras, implantar nuevas culturas de gestión empresarial, reforzar y afrontar estrategias diversas de promoción y diferenciación, propiciar nuevas alianzas entre todos los subsectores, y estimular la innovación continua asegurando la captación, desarrollo y retención del mejor capital humano a todos los niveles.

Es por ello, y dados los presumibles efectos positivos que pudieran plasmarse en futuras actualizaciones de esta Cuenta IMPACTUR, por lo que hemos querido enunciar desde EXCELTUR algunos de los conceptos y actuaciones que sentimos clave para ir reforzando la competitividad turística de Canarias, particularmente aquellas que requieren de la mayor convicción consenso y de una estrecha cooperación entre todos los sectores implicados, no sólo los públicos, sino también, y muy especialmente, los privados y sobre los que sería aconsejable seguir avanzando para favorecer actuaciones conjuntas que, entre otras:



### 1. AYUDEN A DEFINIR Y CONSOLIDAR EL FUTURO TURÍSTICO MÁS COMPETITIVO Y DESEABLE PARA LA SOCIEDAD CANARIA: PLAN ESTRATÉGICO DEL TURISMO A 10 AÑOS.

- a. Implicando al máximo a todos los demás subsectores empresariales de la economía canaria además de los turísticos (desde el pequeño comercio al sector transporte, inmobiliario, financiero etc.) así como a los diferentes niveles de las administraciones y actores sociales.
- b. Articulando nuevas medidas e incentivos para la renovación de aquellos destinos y la oferta que pudiera estar en declive, y condicionar la competitividad del conjunto, en línea con los objetivos y posicionamientos deseados a medio y largo plazo.
- c. Siguiendo y monitorizando con detalle tanto la propia dinámica del sector, más en clave de rentabilidad socioeconómica que de volumen, como las nuevas tendencias de la demanda nacional e internacional.
- d. Fomentando la mayor diversificación de líneas de producto para una mejor segmentación de mercados y clientes que propicie la mayor desestacionalización.
- e. Potenciando las “estrategias de marca” con una mejor coordinación y convivencia de las mismas, tanto en términos geográficos como empresariales, asegurando las mayores sinergias.
- f. Gestionando un marketing más directo “on line”, más enfocado al consumidor final y con portales institucionales más coordinados y transaccionales.

### 2. DESTAQUEN EL IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO DEL SECTOR: EL TURISMO BENEFICIA A TODOS, Y POR TANTO ES TAREA DE TODOS.

- a. Estimulando el mayor reconocimiento y complicidad de la sociedad canaria a favor del turismo.
- b. Haciendo del turismo una mayor prioridad estratégica en términos políticos, sociales y económicos.
- c. Actualizando anualmente la Cuenta de Impacto Económico del Turismo Canario.

### 3. DESARROLLEN LA BASE DE CAPITAL HUMANO QUE REQUIERE UN ESCENARIO CADA DÍA MÁS CAMBIANTE Y COMPETITIVO.

- a. Asignando la mayor prioridad a una educación más ajustada a las nuevas necesidades del sector, así como a una formación permanente a todos los niveles.
- b. Promoviendo una imagen renovada de las oportunidades de empleo que ofrece el sector y facilitando las mejores condiciones para el desarrollo personal de sus empleados.
- c. Estimulando una evolución de la cultura de gestión familiar que supere actitudes endogámicas y asegure la captación y retención del mejor talento.

### 4. PROMUEVAN LAS MEJORES CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DE UN TURISMO SOSTENIBLE.

- a. Adecuando el ritmo de crecimiento urbanístico en zonas turísticas a la capacidad de carga del territorio y ajustado a unos niveles de demanda que garanticen una rentabilidad socio-económica sostenible para todo el tejido social y empresarial en el conjunto de los destinos.
- b. Equilibrando las diferentes fórmulas y capacidades de alojamiento (hotelero, residencial, etc.), con una visión a largo plazo y un conocimiento preciso y a priori de los distintos impactos socio-económicos que se pueden derivar en el futuro según los distintos modelos y ritmos de crecimiento por los que se opte.
- c. Promoviendo y mejorando las infraestructuras de acceso y comunicación interna a la par que ampliando y renovando las dotaciones de infraestructuras básicas para evitar posibles estrangulamientos.

d. Avanzando y aumentando la participación y los compromisos globales del sector privado, tanto en la integración de nuevos productos como en una progresiva co-gestión de la promoción.

e. Destacando los atributos y las condiciones de sanidad, higiene, seguridad ciudadana, etc. propias de una región europea que rigen en Canarias, potenciándolas cada día en la medida de lo posible.

f. Aplicando un marco normativo y unas políticas fiscales consensuadas que estimulen la mayor innovación y evolución competitiva del sector empresarial.

### 5. FAVOREZCAN LOS AVANCES TECNOLÓGICOS DEL SECTOR TURÍSTICO PROPIAMENTE.

- a. Promoviendo medidas que estimulen el I+D fundamentalmente de aquellos procesos que generen las mayores economías de escala y/o el mayor valor añadido percibido por el cliente final que nos diferencie de la creciente competencia emergente.
- b. Implantando estrategias público-privadas más decididas de e-business que faciliten por un lado una mejor gestión e integración en el destino de toda la cadena de valor (experiencia integral del producto) y por otro su mejor traslación al consumidor final.
- c. Impulsando portales institucionales más operativos (incorporando una intercomunicación vía intranet), más coordinados en cuanto a sus contenidos y que faciliten al máximo el comercio electrónico para las PYMES sector.

### 6. PROMUEVAN POLÍTICAS DIFERENCIALES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DE PROTECCIÓN DEL ENTORNO E IDENTIDADES LOCALES.

- a. Acordando y estableciendo incentivos, procedimientos administrativos y líneas estratégicas claras que favorezcan esas actitudes y sus actuaciones conexas.
- b. Asumiendo los mayores grados de sensibilidad y compromisos de responsabilidad social corporativa por parte del sector empresarial.

### 7. ASUMAN EL PROGRESIVO CAMBIO DE ALGUNOS DE LOS PARADIGMAS QUE INTERNACIONALMENTE ESTÁN AFECTANDO AL TURISMO.

a. Evolucionando desde estrategias que priman sólo el volumen de llegadas turísticas, hasta aquellas que induzcan a mejorar el ingreso promedio y la mayor rentabilidad socio-económica en el conjunto de los destinos.

b. Superando estrategias reactivas de competitividad basadas eminentemente en reducir sólo precios por otras que incorporen el mayor valor añadido al cliente.

c. Avanzando desde la prestación de productos turísticos estándar para los canales de distribución convencionales a una estandarización mucho más personalizada para el consumidor final que hoy permiten las nuevas tecnologías “on line”.

d. Progresando desde estrategias de calidad básicamente asociadas sólo a la mejora de elementos físicos hasta otras que, por diferenciación o por ofrecer experiencias más integrales y singulares, superen las expectativas de los clientes.

e. Entendiendo que, al margen de los servicios de transporte y alojamiento que indudablemente son claves, el disponer de una cada día más atractiva oferta complementaria resulta determinante para asegurar la competitividad futura del conjunto de los destinos.

f. Asumiendo la progresiva mutación en la demanda de vacaciones de larga duración y tradicionalmente organizada por los canales convencionales, a las múltiples escapadas organizadas individualmente a través de Internet y de corta duración, basadas en el uso de vuelos cada día más económicos y accesibles.

g. Captando la progresiva evolución y reenfoque de unas vacaciones eminentemente familiares o para el cuerpo, a otras para el desarrollo personal y para el alma. Es cada día más relevante el “qué has hecho en tus vacaciones” frente al “dónde has estado”.

h. Entendiendo la necesidad de superar los individualismos, favoreciendo al máximo las alianzas público-privadas, públicas-públicas y privadas-privadas, para generar las mayores sinergias y niveles de competitividad así como la mayor complicidad social e intersectorial: **TODOS DEPENDEMOS DE TODOS.**