

# “Canarias 2020: nuevos escenarios turísticos”

Dr. Eduardo Parra López  
Dr. Agustín Santana Talavera  
Instituto Universitario de Ciencias Políticas y  
Sociales

Santa Cruz de Tenerife, 27 Marzo

## ESTRATEGIAS ANTE LA CRISIS

### ¿Que han hecho las empresas turísticas españolas ante la crisis?

- A. **Venta de los activos menos estratégicos: especialmente en zonas de turismo** vacacional de sol y playa
  - A. Razones de la desinversión: necesidad de liquidez inmediata, planes de expansión en otras zonas geográficas, especialización en categorías, etc.
- B. **Salidas pactadas de trabajadores,**
- C. **Reducción de los costes internos de la empresa, reducción de los gastos en** publicidad, ferias y patrocinio y centralización de la gestión empresarial,
- D. **Reducción de los precios de los servicios ofrecidos, aunque este dato se ha revertido entre finales de 2013 y principio 2014 al alza**
- E. Oferta de **seguros de anulación y de devolución del importe invertido en las reservas**



## ESTRATEGIAS ANTE LA CRISIS

### ¿Qué hizo la administración?

#### El “*Plan Renove Turismo*”:

- I. ***Plan de préstamos dirigido sobre todo a Pymes.***
- II. Objetivo: mejorar la calidad y sostenibilidad de las infraestructuras turísticas.
- III. Permitted diversificar el producto y segmentar la demanda.
- IV. Dotación global: 1000 millones de euros .
- V. Financió 13.622 proyectos, y una inversión de 2.116 millones de euros.

## Política turística ante la crisis

	OFERTA	DEMANDA
CORTO PLAZO	PLAN RENOVE	Campañas de Promoción Ampliación del IMSERSO
LARGO PLAZO (Horizonte 2020)	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Formación</li> <li>•Infraestructuras</li> <li>•I+D+i</li>   <li>•Recualificación de Destinos Turísticos Maduros</li> <li>•Sostenibilidad                             <ul style="list-style-type: none"> <li>•FuturE</li> <li>•FOMIT</li> <li>•Desarrollo Rural y Marino</li> </ul> </li> </ul>	<p>Diversificación geográfica y sectorial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Rusia, China, India.</li> <li>•Turismo cultural, gastronómico y científico</li> </ul> <p>Desestacionalización</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Turismo Senior</li> <li>•IMSERSO</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Diferenciación (Privilege, Cultura del Detalle)</li> <li>•Concertar con las CCAA la promoción de la imagen en el exterior</li> </ul>

## MEDIDAS TOMADAS POR LA ADMINISTRACIÓN ANTE LA CRISIS

- Esta tendencia recesiva *requería intervenciones, como las impulsadas por la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (Segittur) en materia de Destino Turístico Inteligente (actualmente)*
- El **PLAN 2020** fue un instrumento clave de intervención pública en el sector,
  - Medidas en 2008 y 2009:
  - “**Plan Renove Turismo**”,
- Implantación del “**Turismo Senior Europeo**” como nueva forma de turismo sostenible (proyecto piloto en Baleares y Andalucía).
- En 2009 se bonifico el 100% de las **tasas aeroportuarias para las aerolíneas que mantuviesen** o incrementasen los pasajeros transportados en el segundo semestre de respecto al mismo periodo de 2008. En 2010 estas tasas no se incrementaron.
- Se creó la iniciativa de **Modernización de Destinos Turísticos Maduros (FOMIT): 157 millones** de euros en 2008 y 150 millones de euros en 2009



## MEDIDAS TOMADAS POR LA ADMINISTRACIÓN ANTE LA CRISIS

Las principales fueron:

- El “***Plan FutureE***”:
  - Dotado con 500 Millones de € de crédito a través del ICO
  - Objetivo es mejorar la sostenibilidad turística
- Plan ***ParadoresE***:
  - Inversión de 133M€ para la mejora de la calidad de 19 paradores
  - Construcción de 2 nuevos: Parador de Lleida: 19M€ y Parador de Morella: 17,7M€
- Plan Marketing ***Turismo Eno-gastronómico en mercados internacionales***

## MEDIDAS TOMADAS POR LA ADMINISTRACIÓN ANTE LA CRISIS

### Convocatoria de proyectos de Horizonte 2020:

- La CE ha lanzado la primera convocatoria de proyectos del programa 2014-2015 de investigación e innovación de la Unión Europea, Horizonte 2020, con más de 15.000 millones de euros para los dos primeros años.
- Horizonte 2020 no dispone de un pilar o subprograma específico dedicado a la I+D y la innovación del sector turístico.
  - Sin embargo, este enfoque tiene cabida de forma transversal, tanto en los pilares de liderazgo industrial (e-Turismo, nanotecnología de materiales de utilidad para las infraestructuras turísticas (grafeno), etc.)
  - Como en los retos sociales (turismo sostenible, turismo accesible, redes de transporte...).

## MEDIDAS TOMADAS POR LA ADMINISTRACIÓN ANTE LA CRISIS

Y ahora tenemos:

- El “**Plan I+D+i Innovation**”:
  - Destinos Turísticos Inteligentes
  - Proyecto STEEP (*Social Tourism European Exchanges Platform*)
  - Agrupaciones Empresariales Innovadoras de Turismo (33 en España)
  - Tourism\_IT (*portal europeo de información para empresas y emprendedores turísticos, denominado Tourism-IT*)
  - Plan de Actuaciones Especiales de El Hierro
  - INNpulsa Canal de Ayudas - Accede a AYUD@TUR turismo e innovación
  - THINKTUR
  - THINKMED (*Red de Innovación Hispano-Marroqui*) (<http://www.think-med.es/>)
  - THINKATL (*Programa para contribuir al desarrollo socioeconómico de las Islas Canarias y de la zona Atlántica de Marruecos en el sector turístico*) (<http://www.think-atl.es/>)

**Objetivo: favorecer la migración hacia un nuevo modelo turístico.**
  
- Plan **Emprendedores**:
  - Emrendetur 2013
  - INNpulsa Emprendedores - Accede a INNpulsa Emprendedores innovadores turísticos
  
- Plan **Internacionalización**:
  - Jornada Técnica Turismo IFI's Washington
  - Fitur Know-How & Export 2014
  - Misiones Comerciales
  - INNpulsa Internacionalización - Accede a INNpulsa Internacionalización



## 2. CANARIAS HACIA EL HORIZONTE 2020:

PLAN ESPAÑA 2020

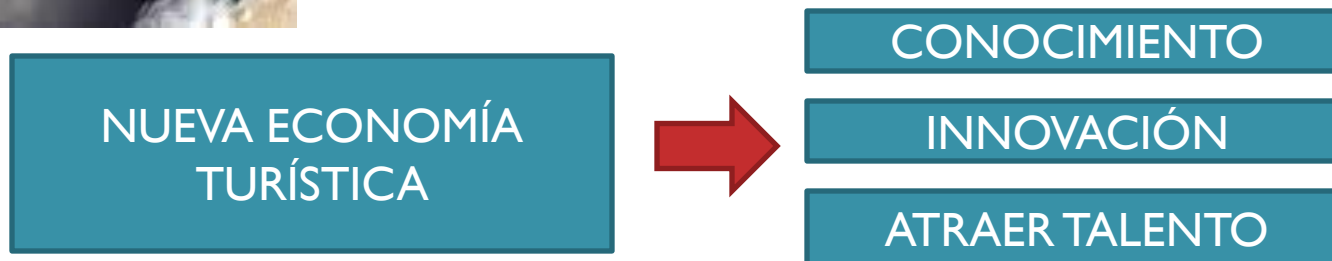
```
graph TD; A[PLAN ESPAÑA 2020] --> B(META); B --> C[Lograr en el año 2020 que el sistema turístico español sea el más competitivo y sostenible, aportando el máximo bienestar social];
```

META

Lograr en el año 2020 que el sistema turístico español sea el más competitivo y sostenible, aportando el máximo bienestar social



## 2. CANARIAS HACIA EL HORIZONTE 2020:



VALOR AL CLIENTE	SOSTENIBILIDAD MODELO	ENTORNO COMPETITIVO
España experiencial	Turismo, medio ambiente y sociedad	Marco normativo y simplificación
Posicionamiento 2020	Planificación y gestión de destinos turísticos	Cultura cooperativa
Ayudando a vender	Recualificación de los destinos	Planes sectoriales de competitividad
Calidad percibida	Desestacionalización reequilibrio territorial	Accesibilidad turística

Liderazgo compartido

## NUEVA ECONOMÍA TURÍSTICA EN CANARIAS

Debe desarrollar plenamente para el sistema turístico ventajas diferenciales derivadas de una nueva economía en la que la innovación, el conocimiento y la captación y desarrollo del talento sean los activos estratégicos clave para la satisfacción del cliente y el éxito del negocio

### CONOCIMIENTO

Debemos desarrollar un sistema de inteligencia en el sector insular que nos permita ser líderes



Gestionar los negocios apoyándose en los valores intangibles de la empresa

### INNOVACIÓN

Impulsar un nuevo modelo de innovación horizontal para el conjunto del sistema, mejorar la capacidad científica y tecnológica y aumentar la efectividad y eficiencia de los procesos de gestión



Especializarse en las áreas donde el *know how* permita promover ventajas competitivas

### TALENTO

Atraer, desarrollar y retener el talento dentro del sector turístico valorizando la carrera profesional y mejorando las prácticas de liderazgo y gestión de personas



Prestigiar los Recursos Humanos del sector



## POR DONDE SE MUEVE LA NUEVA ECONOMÍA TURÍSTICA

### ¿QUÉ REQUIERE EL ENTORNO?

- **Globalización** de la economía y el mercado turístico
- **Aceleración** de los **cambios** en el cliente y el entorno por la vía de la tecnología e Internet
- **Incremento** de la **competencia** indiferenciada
- Evolución desde un **mercado de oferta** a un **mercado de demanda derivado de Internet**
- Exigencia de un **“mayor valor experiencial”** en los productos por parte de un cliente más exigente

### CARENCIAS EN CANARIAS PARA LA ADAPTACIÓN A LA NUEVA ECONOMÍA

- **Insuficiente información** sobre el mercado
- **Modelo** de gestión **reactivo** y no focalizado en el cliente
- **Carencia de personal cualificado** y modelo de gestión de recursos humanos no adaptado al nuevo entorno turístico
- **Escasa motivación, inadecuado modelo organizativo** y baja disponibilidad de recursos para **la innovación y el cambio tecnológico**
- **Dificultad** para atraer personal cualificado y **talento**



## RECOMENDACIONES

### **¿CÓMO SE GENERA CONOCIMIENTO?**

- Útil, accesible, fiable y de referencia

### **¿CÓMO TOMA DECISIONES UN EMPRESARIO CANARIO EN TURISMO?**

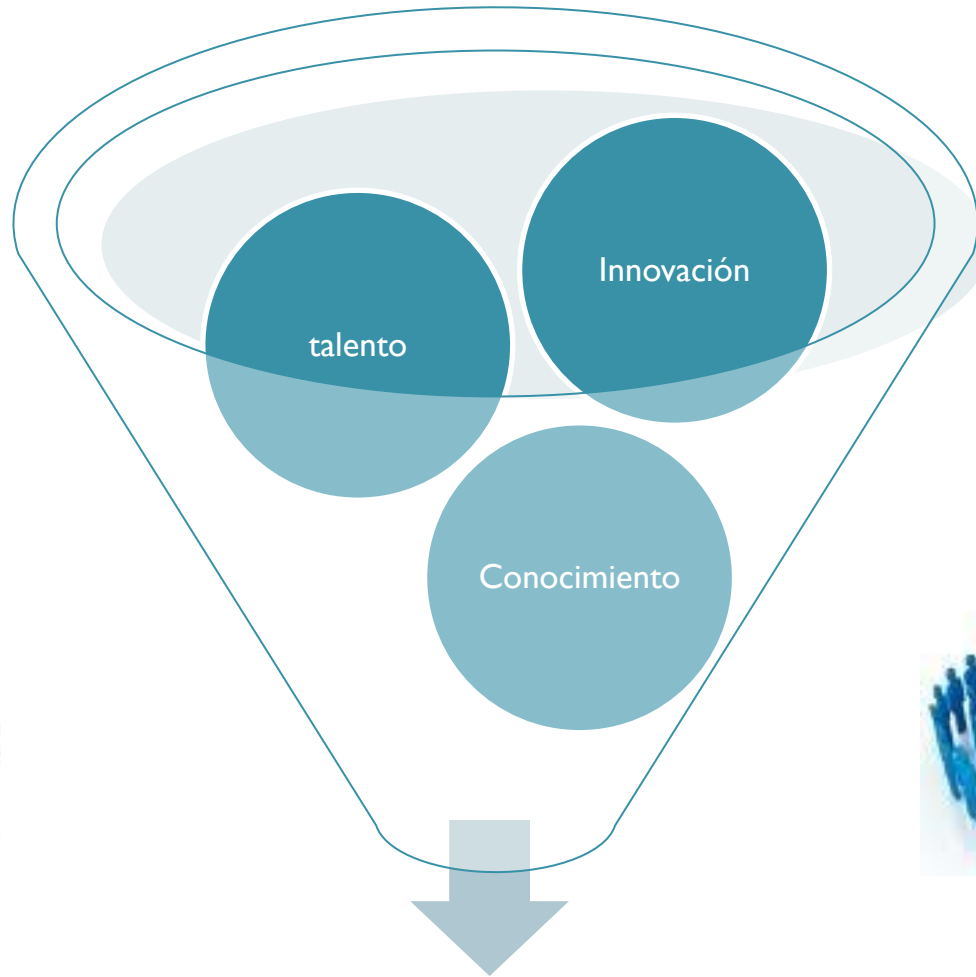
- Necesita datos
- Necesita información
- Conocimiento
- Decisión



## RECOMENDACIONES

- Creación de una potente **red de gestión del conocimiento e innovación** turísticas (trabajar en red, ULL-ULPGC, Plataforma regional Tourism Living Lab and Learning Area, FIT Turismo, Catedra Turismo ASHOTEL-ULL-CajaCanarias)
- **Ampliación del conocimiento** a través de la mejora del sistema estadístico (Convenios con las Universidades y centros de investigación para mejorar la robustez de los datos, Big Data y Open Data)
- **Utilización y difusión del conocimiento**
- **Consolidación del conocimiento turístico** como referente internacional
- **Mayor accesibilidad y difusión del conocimiento**

# Y recuerden...



**Muchas gracias**

[eparra@ull.es](mailto:eparra@ull.es) ; [asantana@ull.es](mailto:asantana@ull.es)