

“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"> •Formación •Infraestructuras •I+D+i •Recualificación de Destinos Turísticos Maduros •Sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> •FuturE •FOMIT •Desarrollo Rural y Marino 	Diversificación geográfica y sectorial <ul style="list-style-type: none"> •Rusia, China, India. •Turismo cultural, gastronómico y científico Desestacionalización <ul style="list-style-type: none"> •Turismo Senior •IMSERSO •Diferenciación (Privilege, Cultura del Detalle) •Concertar con las CCAA la promoción de la imagen en el exterior

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 bonificó 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 FuturE”**:
 - 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 2014-2020 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**:
 - Emprendetur 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

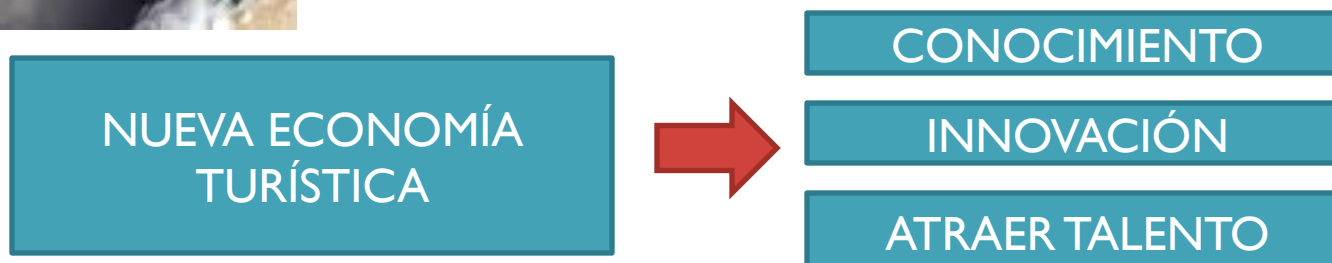
```
graph TD; A[PLAN ESPAÑA 2020] --> B(META); B --> C[Lograr en el año 2020 que el sistema turístico español sea el más competitivo y sostenible, aportando el máximo bienestar social];
```

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?

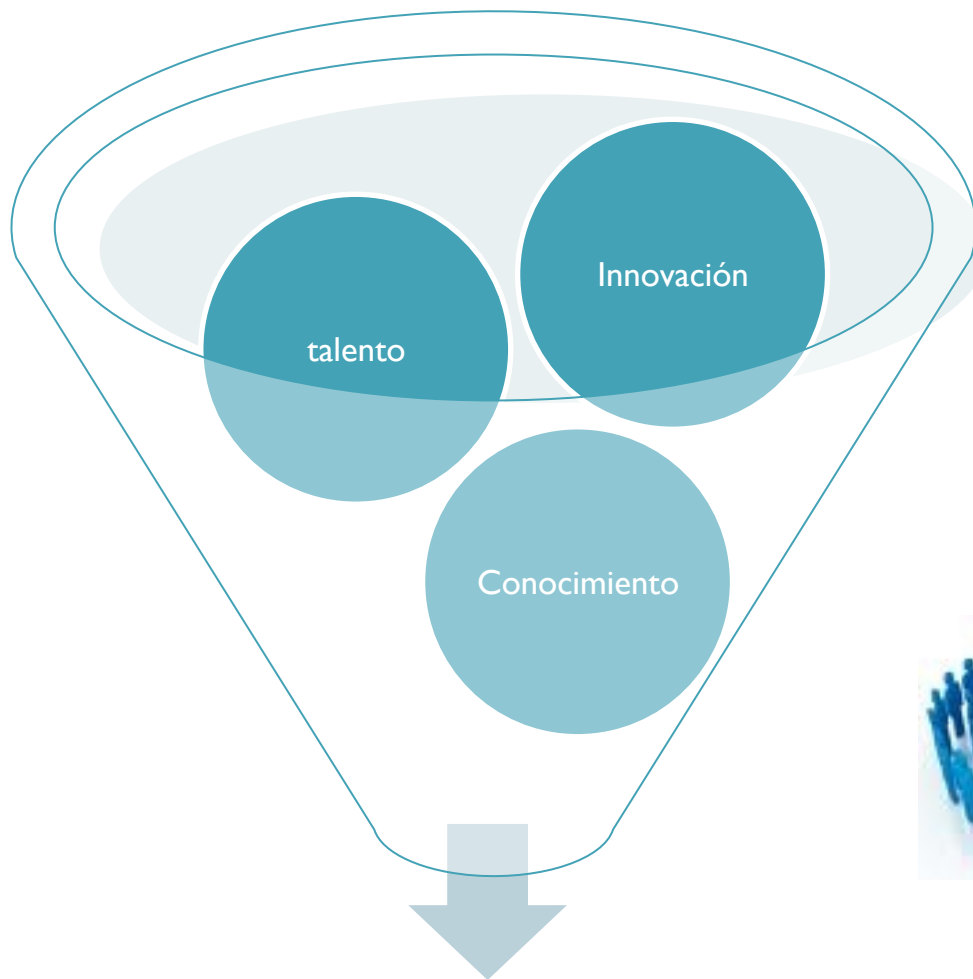
- Necesita datos
- Necesita información
- Conocimiento
- Decisión



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 ; asantana@ull.es