

EL TURISMO EN CANARIAS DESPUES DE LA CRISIS

La Provincia 24-04-2020

Antes de la actual y extraordinaria crisis ya era evidente que el modelo turístico “tendencial” basado en un turismo masivo, centrado en el sol y la playa, desplazamientos en avión baratos, estancia barata, tendencia al “todo incluido”, etc., no era posible mantenerlo en el futuro cualquiera que fuera el escenario contemplado, tanto si es el “escenario continuista”, es decir, definido por un incremento “controlado” de los costes del petróleo, de la atenuación de los efectos del cambio climático, crecimiento económico mundial sostenido, ausencia de graves conflictos, etc., como mucho menos en un “escenario conflictivo”, caracterizado por la profundización del cambio climático y la penalización a volar, conflictos económicos y sociales generalizados, epidemias, guerras u otras causas por el estilo (que es lo que está ocurriendo en la actualidad).

Al margen de estas razones, y no menos importantes, Canarias ya no es la receptora de un “turismo exótico”, de “descubrimiento”, para la gran mayoría de los europeos. Tampoco puede esperar grandes masas de turistas americanos o asiáticos, cuyas preferencias son el continente, y no las islas, ni siquiera africanos por las mismas razones.

Por otro lado la importante para el negocio turístico de Canarias no es el número de turistas que llegan sino el incremento (y el mantenimiento) de los beneficios del sector para la economía de Canarias, incluyendo también la minimización de los gastos que la región tiene que afrontar para mantener el propio sector. Unos beneficios que se extienden, o deberían extenderse, más allá del propio sector dada su enorme importancia en la economía de Canarias y su transversalidad por su conexión directa con la energía, el agua, la agricultura, ganadería, pesca y acuicultura, la industria y artesanía, el comercio, los servicios generales, los transportes, las telecomunicaciones (TICs), la cultura y patrimonio cultural, el ocio y deporte, formación, la I+D, la protección del patrimonio natural, la sanidad, la seguridad, los residuos, la gobernanza, etc.

De acuerdo con esto la mejor posibilidad, si no la única, es cambiar cantidad por calidad que se resume en apostar por un descenso controlado del número de turistas, más fidelizados, con más tiempo de estancia de manera que no sea el transporte uno de los principales cuellos de botella del “paquete turístico” no solo por los costes del combustible sino también por los problemas de la contaminación y con mayor gasto en destino haciendo que se mueva más y disfrute de múltiples actividades. (A efectos de la ocupación de camas, que es lo que interesa al hotelero, es lo mismo un turista que resida 365 días que 365 turistas que residan un día. Obviamente la situación de un turista 365 días es muy negativa para el transportista, neutra para el hotelero y

positiva para Canarias en la medida que tal turista efectuará gran parte de su vida fuera del hotel o del apartamento).

Para conseguir este cambio de modelo deberían ponerse en marcha una serie de estrategias entre las que pueden considerarse:

- Impulsar un sector turístico relacionado con la agricultura, ganadería y pesca (de interior y de litoral).
- Impulsar un sector turístico relacionado con la cultura y el patrimonio cultural de Canarias.
- Impulsar un sector turístico asociado a la formación a medida
- Impulsar un sector turístico relacionado con el medio natural y el paisaje.
- Relanzar el sector turístico de Canarias en un marco de “diversidad” (sustitución de un turismo masivo e igualitario por otro menos masivo pero fundamentalmente diverso) que responda a las exigencias de grupos diferenciados o a los cambios de exigencias de las mismas personas a lo largo de su vida y basado en las múltiples posibilidades que Canarias brinda al turista.
- Relanzar el sector turístico de Canarias en un marco de sostenibilidad en sus múltiples vertientes: sostenibilidad energética consiguiendo que todo el consumo energético asociado al turismo se realice con energías renovables; sostenibilidad del agua haciendo que toda el agua que se consume en el sector sea a expensas exclusivamente de las energías renovables; sostenibilidad alimenticia mediante el uso intensivo de productos comestibles producidos en Canarias; sostenibilidad residencial y del entorno (la urbanización turística) mediante edificaciones bioclimáticas y urbanizaciones turísticas libres de tráfico convencional, con amplios y cuidados bulevares, con sus propias fuentes de energía, etc. ; sostenibilidad de la movilidad haciendo que los turistas se muevan por las islas en vehículos accionados por energías renovables. Esta sostenibilidad debe ser realmente “percibida” lo que se conseguirá mediante una adecuada comunicación de la misma a todos los visitantes incluyendo actividades demostrativas, visitas programadas a parque energéticos, plantas desaladoras y depuradoras, cultivos técnicos y cultivos ecológicos, etc.
- Impulsar el turismo de Canarias en un marco de neutralidad frente al cambio climático ampliando las medidas de sostenibilidad anteriores con la repoblación de zonas verdes y forestales directamente ligadas al sector. Debe demostrarse que la huella de carbono de la venida y estancia en Canarias es menor que la producida si el turista permanece en su lugar de origen.
- Impulsar el turismo en Canarias bajo el concepto de “destino seguro”. En un mundo convulso como el que se intuye que se avecina cada vez será más importante el “refugio seguro” (al igual que tradicionalmente ha existido para el dinero, también aparecerá para las personas), donde un máximo de calidad

de vida pueda garantizarse. Esos refugios seguros lo serán por su sostenibilidad integral (gran nivel de autosuficiencia y consecuente blindaje frente a amenazas externas), garantías para la salud o a la integridad física, etc. Obviamente todas las islas Canarias reúnen todos esos requisitos con la ventaja añadida que los “nuevos refugiados” se convertirán, por si mismos, en los mejores defensores del propio “refugio”.

- Impulsar el turismo en Canarias bajo el concepto de “destino comunitario”, “destino interior”, un “lugar propio”, un lugar donde conviven, disfrutan, descansan, aprenden, etc., gentes que comparten algo en común, cual es la ciudadanía europea.
- Impulsar el turismo en Canarias como un “destino familiar” y un “destino “fiel””: Familiar en un doble sentido: próximo, conocido y donde más que a hacer turismo se viene a “pasar una temporada”, como se decía antiguamente cuando las familias cambiaban su residencia habitual por la de verano y donde los amigos se reencuentran un año tras otro. Destino fiel, en cuanto recibe y cuida al “turista de siempre”, con el que ya se mantienen lazos de conocimiento y afecto.
- Impulsar el turismo de Canarias bajo el concepto de “destino sano”, por su clima, la ausencia de epidemias u otras amenazas para la salud, los alimentos ecológicos, la vida pausada, el medioambiente cuidado, etc.
- Impulsar el turismo en Canaria bajo el concepto de “destino culto y divertido”, pleno de “experiencias”, donde puede “aprender” al tiempo que descansa, y donde el visitante puede “compartir”, entre ellos y con los residentes actividades deportivas, recreativas, culturales y formativas de muy variado tipo.
- Impulsar el turismo en Canarias como “destino integrado y a la carta”: Integrado, en la medida que no existen barreras entre las residencias turísticas y los entornos insulares o regional (el jardín del hotel es toda la isla, todo el archipiélago) y donde los visitantes se muevan con libertad y participen de todas las actividades de ocio, deportes y cultura junto con los propios residentes (el “todo incluido” se refiere, en este caso, a toda la isla, a todo el archipiélago). “A la carta”, ya que cada visitante (o grupos de estos) puede programar su estancia en Canarias, donde residir, que actividades ejecutar, etc., desde sus propios domicilios, utilizando para ello dos “herramientas”: la conectividad total que brindan las TIC’s y la figura del “asesor personal especializado”. Lo que supondrá, en último término, la sustitución de los operadores turísticos tradicionales por dos “redes”: Internet, por un lado y una amplia red de Asesores Personales por otra.
- Impulsar el turismo en Canarias como “destino único, irreplicable, privilegiado”, que de alguna manera no es más que la suma de todos los conceptos anteriores.

En resumen, “vender” Canarias como un lugar “conocido”, “familiar”, “propio”, “amable”, “diverso”, “seguro”, “sostenible”, etc..., donde más que venir de turista se viene a descansar, a pasar “una temporada”.

Para conseguir este nuevo modelo se precisa una amplia y cuidada planificación que incluye la definición y ejecución de todas las acciones que a su servicio deben tomarse tanto dentro como fuera del sector turístico y dentro de las cuales la formación constituye una pieza clave.

De conseguirse este cambio, por demás urgente y necesario, tiene que ser asumido por todos, dentro y fuera del sector, e impulsado desde el Gobierno y todos los actores privados. De esta forma el turismo de las Islas Canarias no solo se adaptará a los nuevos escenarios de futuro garantizando su permanencia (y también posiblemente la ausencia de competidores al mismo nivel) sino que supondrá un impulso decisivo a todos los demás sectores de la economía canaria, haciéndola más equilibrada y por tanto más sostenible.

Roque Calero Pérez

Dr. Ingeniero Industrial

Catedrático de Universidad