

**Calidad turística,
según la Estrategia**
Mario Alberto Perdomo

Turismo de calidad para arriba, turismo de calidad para abajo. Convertido en un paradigma casi incuestionable desde hace 25 años, de último el término siempre aparece vinculado al vocablo "de calidad". ¿Realmente se está dotando de nuevos contenidos al desarrollo turístico o nos encontramos ante una máscara tras la que disfrazar nuevos crecimientos poco cualificados? Todo indica que la generalización de la palabra "calidad" no garantiza, ni significa, un cambio de rumbo en el modelo de desarrollo turístico seguido hasta ahora.

La difusión en 1998 del Informe de Economía de la *Estrategia Lanzarote en la Biosfera* corroboró lo que hasta ese momento sólo se atrevían a expresar unas pocas voces minoritarias: el turismo en Lanzarote no ha sido de calidad, salvando quizá la fase inicial. Quedó claro que el turismo en la Isla se ha sustentado en el monocultivo del sol y la playa, en su pertenencia a un entorno turístico plenamente consolidado en el mundo como son las Islas Canarias y, por último, en la baja explotación turística de que disfrutaba en los años setenta y primeros ochenta.

Una vez se consolidó la industria, se verificó (una vez más) que el modelo turístico implantado en la Isla ha devenido más como una plan de agentes externos que como una propuesta de desarrollo endógeno, aunque ese plan se vio respaldado y, más tarde, impulsado por poderosos sectores inmobiliarios locales. Y, por si no fuera bastante, desde mediados de los ochenta el turismo se ha expandido a golpe de incrementos de la

afluencia turística promovidos por las capacidades comercializadoras de los grandes tour operadores. Sorprendentemente, todavía hoy los datos de afluencia turística siguen copando titulares en las portadas de los periódicos, lo cual expresa la mentalidad reinante: más turistas son algo bueno.

Mientras desde fuera se hacían planes para el crecimiento turístico, la Isla puso de su parte el esfuerzo de hacer crecer la oferta alojativa y acondicionar las infraestructuras y equipamientos básicos de las zonas eminentemente turísticas. Y en esa dinámica seguimos lustros más tarde. Sólo que ahora, con la coletilla "calidad".

Al día de hoy, el resultado es concluyente: falta de diferenciación del producto, carencias de oferta turística complementaria, masificación y descenso en la calidad de la oferta alojativa en su conjunto, a pesar de las muchas estrellas que portan los nuevos establecimientos que salen al mercado. Este es el diagnóstico.

Calidad turística es desarrollo sostenible. Y punto, se dice en el Informe citado. Calidad, eso sí, para elevar la renta y la calidad de vida de la población residente e impulsar el desarrollo equilibrado de otras actividades y sectores económicos. Y eso pasa por conservar el medio físico y el paisaje, responder con capital humano y servicios a la presión de una demanda turística creciente y conservar las características identitarias. Ósea, la dirección hacia la que debe encaminarse el término "calidad" es bien distinta del uso que se hace de él desde ciertos ámbitos políticos e institucionales y sectores empresariales.

El tránsito de la acepción fatua a la real del término "calidad" sólo es posible si se mantienen y potencian los factores de atracción específicos y diferenciados, si se eleva el nivel de satisfacción de los turistas y si se regula la capacidad de carga y absorción de visitantes. Así, queda perfilado el concepto de turismo de calidad.

Concretando: contención efectiva de la oferta alojativa, de una parte, y, de otra, regeneración, mejora y diversificación de la oferta de los servicios turísticos y no turísticos, como corresponde a un sistema económico claramente terciarizado que anhela seguir especializándose.

Entendido así el turismo de calidad, se trata de optar, en definitiva, por una opción estratégica capaz de generar superiores rendimientos económicos a los de cualquier otra alternativa. Siendo cierto que, dado el nivel de bienestar material alcanzado, la población local no soportaría verse inmersa en una espiral de bajos salarios como consecuencia de los bajos precios a los que se oferte el parque alojativo, hay que ir más a la calidad y a la satisfacción que al coste. Eso pasa por invertir esfuerzos y recursos en el medio ambiente, la singularidad, la calidad del entorno y de los hábitat urbanos, por ejemplo.

Pero no basta con lo antedicho. La calidad es un concepto mucho más complejo cuando se aplica al turismo. Además se precisa una reorientación progresiva de la oferta hacia los segmentos de demanda de mayor calidad: alto nivel cultural y de información, elevado nivel de renta y capacidad de gasto, carácter sofisticado y

El turismo en Lanzarote no ha sido de calidad, salvando quizá la fase inicial

¿Por qué no trazarse el objetivo de que en 2020 la Isla cuente sólo con 50.000 camas?

exigente de su demanda de servicios turísticos, valoración elevada de la ausencia de aglomeración o masificación o, si se quiere, preferencia por un cierto grado de exclusividad, atracción por tradiciones, paisajes y un entorno singular y bien conservado. Ese es el perfil del turista de calidad que se anhela. Y no abundan, a pesar de que la mayor parte de nuestros visitantes procedentes fundamentalmente de dos países que se encuentran en el exclusivo club de las naciones más ricas del mundo.

A medio plazo, se precisa, pues, reconducir el turismo pasivo de sol y playa hacia un turismo de mayor gasto en actividades recreacionales diversas y más orientado hacia la demanda de productos específicos de Lanzarote. Lo que equivale a potenciar segmentos turísticos diferenciados, de forma que la competitividad no se apoye tanto en los precios como en la calidad y diferenciación de los productos ofertados. Hay que insistir: ello sólo es posible si se moderan los ritmos de crecimiento de la afluencia total de turistas, se amplía y diversifica la oferta turística complementaria y se eleva el gasto medio por turista.

A modo de ejemplo se pueden citar algunas acciones que avanzan en el mismo sentido como elevar el grado de integración social y la renovación urbana en Arrecife y su conurbación, abrir nuevas oportunidades de inversión para el sector de la construcción (renovación edificios antiguos, reconversión de la planta obsoleta...), aumentar el grado de cualificación de los trabajadores del turismo, mejorar la formación de capital humano y los recursos de

conocimiento, estimular iniciativas e innovaciones para aprovechar las oportunidades, revitalizar las actividades comerciales...

Al final, sólo al final, cabría promocionar integralmente en el exterior un modelo turístico de calidad que, sólo así, ofrecería una correspondencia entre el producto que trata de venderse y lo que en realidad el turista se encuentra en él. Y no como ahora. Como se observa, no se dedica ni una línea a nuevas infraestructuras. Nada se dice de la trilogía inversión-hormigón-comisión. Se puede decir de otra manera bastante menos sofisticada. Más o menos así: de momento ni una cama más después de 2010 y, a partir de esa fecha, los esfuerzos deben orientarse hacia la reducción del parque alojativo resultante en 2010. ¿Por qué no trazarse el objetivo de que en 2020, por ejemplo, la Isla cuente sólo con 50.000 camas?, cuando los cuarentones de *Cuadernos* merodeen los 60 años de edad. Buena edad para verlo y disfrutarlo.