

Cuatro perspectivas de retos de futuro para las Islas Canarias

LA ECONOMÍA Y EL COMPROMISO DE LA SOCIEDAD CIVIL CENTRAN LA PRIMERA EDICIÓN

LA PROVINCIA/DLP
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

El primer foro de reflexión y debate generado bajo la organización de ADN Conferencias se centró en cuatro retos para las Islas en la búsqueda de un crecimiento económico y social. Nuevas dinámicas empresariales, diversificación económica, revulsivos en el ámbito turístico y una apuesta de liderazgo internacional fueron el eje central de las conferencias impartidas por Antonio Pardo, Gerardo Morales, Edu William y Sonia Ferrera.

CLAVES Y RETOS DE LAS EMPRESAS DEL SIGLO XXI

Antonio Pardo inició su disertación poniendo sobre la mesa cómo con la celebración de la llegada del nuevo siglo nadie esperaba el "terremoto" económico que se avecinaba. "A la mayoría de las empresas, gobiernos y sociedad civil nos ha cogido con el pie cambiado y sin saber muy bien cómo reaccionar, que hacen, que errores habíamos cometido y si todo lo que veníamos haciendo era lo correcto o no", dijo Pardo quien no obstante aportó cierta dosis de optimismo al recordar que "estamos en un momento difícil pero no muy diferente a otros ya pasados y superados con valentía".

En este contexto la primera recomendación es que "las compañías, sus líderes y sus equipos de trabajo, hagan una parada en esta carrera de obstáculos, evalúen el statu quo de donde se encuentran y pongan en marcha planes de que identifiquen las claves que deben primar para gestionar los negocios del siglo XXI".

Pardo planteó que las cosas no volverán a ser igual en este siglo XXI. Llegó la época del continuo cambio, y para ello la estructura mental de las empresas y sus líderes deben estar preparados para la adaptación continua, para el cambio constante. "Y la única forma de monitorizar ese cambio, seguirlo o incluso adelantarse es escuchando", dijo.

Las voces que hay que escuchar es la de los clientes y del capital humano, ellos van a ser los nuevos centros en la estrategia de las empresas y compartir e intercambiar con ellos es la mayor fuente de riqueza. Los clientes porque ya tienen poder basado en la comunicación y las redes. El capital humano porque son los perceptores de la información y los que pueden implementarla.

EXPO CANARIAS 2023: UN HITO PARA COHESIONAR Y TRANSFORMAR CANARIAS. En primer lugar Sonia Ferrera expuso quiénes están detrás de la Asociación Expo Canarias 2023. La propuesta inicial nació de un grupo de ciudadanos plu-



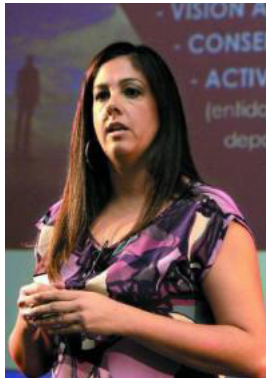
Antonio Pardo

Premio nacional al mejor Directivo Plus 2.009 de la categoría Pymes. Director del IE Business School en Canarias y miembro comité Advanced Management Program Executive a nivel nacional. Miembro diversos consejos de administración como independiente.



Gerardo Morales

Ingeniero Industrial. Los últimos siete años los ha dedicado a la promoción de empresas globales de alta tecnología. Diseñó y puso en marcha proyectos emblemáticos para la innovación en Canarias como el Taller de Dinamizadores de la Innovación en 2003 o los foros internacionales de inversión en empresas intensivas en conocimiento celebrados en mayo de 2006 en Silicon Valley y en noviembre de 2006 y mayo de 2008 en Canarias. Es fundador la organización de latinos en Silicon Valley latipnet.org y en la actualidad, como socio director de Inis, es responsable entre otros proyectos, de la puesta en marcha del primer fondo de capital riesgo canario de promoción privada para inversión en empresas intensivas en conocimiento.



Sonia Ferrera

Letrada asesora y secretaria del Consejo de Administración de diversas compañías y Fundadora y Vicepresidenta de la Asociación Expo Canarias 2023.



Edu William

Joven emprendedor e investigador, especializado en la innovación en gestión y en la exploración, desarrollo e implantación de nuevos modelos organizativos que emergen de la cooperación. Fundador de Destinum, director de Judoca Colores y promotor del Cluster del Turismo de Canarias (Medalla a la Excelencia Turística de Canarias 2009).

ral, independiente, de muy amplia y diversa actividad profesional. "Somos, en definitiva, independientes, comprometidos y capaces", puntualizó. "Estamos convencidos de que los nuevos tiempos exigen que las personas de la sociedad civil asuman la responsabilidad de participar de forma activa alineados con la acción estratégica pública. Por ello la vocación de la Asociación es involucrar en el proyecto a un grupo lo más amplio posible de ciudadanos y entidades sociales, culturales, universitarias, ambientales, deportivas, científicas, sindicales, colegios profesionales, empresariales, etcétera", explicó Ferrera.

La oradora recordó que Canarias, a diferencia de algunas ciudades españolas, no ha organizado nunca un evento de repercusión internacional y un acontecimiento del nivel de una Expo que promovería la proyección de Canarias en el exterior, quedando identificada, antes, durante y después con la temática que se pretendiera presentar.

Los que se propone desde la asociación significa, en definitiva, que los canarios asuman de forma responsable, individual y colectiva; pública y privada; personal y profesional; el compromiso de iniciar un proceso transformador que logre rescatar los valores tradicionales: fortalecer la autoestima colectiva, promover la confianza y la motivación; innovar; y el desarrollo personal, profesional, económico, social y político.

EL RETO DEL CRECIMIENTO EN CANARIAS

Gerardo Morales arrancó su conferencia sosteniendo que "vivimos en una sociedad cada vez más conectada, plural y diversa, donde el liderazgo surge de la tribu: de esas personas que comparten una misma idea y pasión y, a través del talento, crean, conversan, reflexionan, innovan, divulgan, mezclan, comparten y actúan. Para ello necesitamos compartir una visión, ¿qué somos, cómo nos ve el mundo, qué significa Canarias en el mundo, qué quiere significar? Nuestra principal debilidad como región en un contexto de competencia global es que no tenemos una respuesta colectiva para estas preguntas. Es esencial y urgente definir, entre todos, una visión compartida y unas líneas de acción a largo plazo en relación al futuro de Canarias, a cómo queremos crecer en los próximos años", dijo.

Morales explicó que hablar de crecimiento en Canarias lleva inmediatamente a pensar en diversificación. "Diversificar sí, pero siendo realistas. Somos turismo y vendemos turismo. La primera medida de diversificación es por tanto reinventar el modelo turístico, hacerlo más intensivo en Conocimiento", sostuvo.



A la izquierda, Juan Ferrer durante la presentación. A la derecha, un momento del debate-mesa redonda posterior a las conferencias. | LA PROVINCIA/DLP

En su disertación se cuestionó si el futuro del Archipiélago pasa solamente por el turismo. "¿Es posible otro tipo de industrias? Cualquier industria alternativa que se quiera desarrollar debería tener en primer lugar un alto valor añadido, ya que estamos muy lejos de los mercados. En segundo lugar ser una industria limpia, para que no interfiera en nuestra industria principal, el turismo. Además deberá estar enfocada a mercados globales y como no, deberá estar relacionada con áreas en las que tengamos más capacidad científico-técnica y sobre todo competitividad endógena: astrofísica y óptica (cielo

y tecnologías marinas (mar)", opinó.

Además, Morales sostuvo que los ciudadanos tienen la responsabilidad de "exigir la valentía y el liderazgo político para cambiar la cultura de igualitarismo y la universalidad en el reparto de recursos y en el diseño de políticas de I+D" e insistió en que "nada va a cambiar, nada va a pasar si cada uno de nosotros, no toma la iniciativa, si no asume su responsabilidad en que la transformación suceda".

TURISMO: OBSOLESCENCIA, TRANSFORMACIÓN DE MODELOS Y EXPORTACIÓN DEL

CONOCIMIENTO. Edu William centro su conferencia en la obsolescencia del principal motor económico del Archipiélago. "Nos encontramos ante una realidad de obsolescencia en nuestro turismo. Y de necesidad de renovación. Ambas son expresiones que se usan ya de voz pulli... pero, ¿realmente somos conscientes del grado de obsolescencia que padecemos?", dijo.

Para William la clave no es la renovación sino la transformación. "El modelo turístico que tanto éxito nos ha dado y nos ha permitido el desarrollo que conocemos, tiene claros síntomas de agotamiento y de no dar res-

puesta a las necesidades estratégicas actuales. En definitiva: es el modelo turístico lo que está obsoleto", mantuvo.

En este sentido defendió que reparar infraestructuras es sólo una parte. Lo obsoleto es el modelo de negocio. "Hemos sido un "centro de costes", generando un modelo con un tejido productivo no empresarial basado en rentas. Transformar el modelo supone reinventar la proposición de valor en torno al sol y la playa: productos rígidos (sólidos) versus "productos líquidos", es decir, productos flexibles, personalizados a cada turista a través de las Redes", ex-

plícó. Explicó que la debilidad del pequeño puede ser una fortaleza, (por ejemplo el modelo alojativo extrahotelero). "Estamos hablando de la 'Ciudad Turística en Red'. Este es el objetivo del Cluster del Turismo de Canarias conectar".

Pero no queda ahí la transformación que se requiere. William propone exportar "turismo+conocimiento". "Los destinos son el espacio idóneo para generar conocimiento turístico en vivo. Debemos atraer talento local e internacional para experimentar en Canarias. Es el *Islas Canarias Tourism Living Lab*", dijo.



En 100 años se pueden hacer muchas cosas y se pueden hacer bien

En 100 años de historia da tiempo para muchas cosas. Desde ser los primeros en ofrecer carburantes de más calidad y menos contaminantes hasta liderar la producción europea de placas solares.

Pero, sobre todo, da tiempo para arraigarse a una tierra. Por eso, cuando se cumple el centenario de la fundación de BP, queremos reconocer que una de las mejores cosas que una empresa puede hacer es trabajar con ustedes y para ustedes.

Gracias Canarias.

estaciones de servicio, de otro color

