

TRIBUNA EMPRESARIAL

BUSINESS TRIBUNE

Fuerteventura, más fuerte

Sergio Bataller Osorio¹

Director General de la Cámara de Comercio de Fuerteventura, España

<https://doi.org/10.20420/eni.2023.658>

Más fuerte

Empezar con una síntesis final no es el mejor recurso estilístico para captar la atención del lector, pero es el más efectivo para exponer el trasfondo de una foto que enmarca nítidamente a la protagonista, Fuerteventura, la isla canaria más oriental, en un contexto comparativo entre su pasado más reciente, el presente y lo venidero.

Si hoy Fuerteventura es más fuerte es porque se empodera fortaleciendo sus productos y servicios desde la innovación, la diversificación, la dinamización y la promoción de lo propio para un nuevo y mejor posicionamiento regional e internacional. Y, de esta manera, atrae y fortalece al que reconoce las fortalezas de Fuerteventura, de su economía y de su crecimiento inteligente, el cual garantiza su salto cualitativo y el de su sociedad abriendo puertas y creando un entorno de negocios competitivo.

Estrategia como innovación... estratégica

Actualmente, la innovación es un motor de sostenibilidad económica. Es desarrollo, crecimiento, evolución. A nivel global, los mercados son cada vez más competitivos y poco estables, además de impredecibles y, geoestratégicamente, están muy confrontados.

Se requiere una constante adaptación y desarrollo de fortalezas a la par que una gran habilidad para detectar rápidamente oportunidades. La competitividad empresarial depende cada vez más de la capacidad de innovar y mejorar de sus sectores. En este sentido, la innovación permanente se presenta como la única ventaja competitiva sostenible, pero no puede pretender ser resultado sin ofrecer respuestas.

He aquí la necesaria diferencia entre innovar de forma reactiva y hacerlo de forma estratégica. La primera viene derivada de las circunstancias del entorno, que me determina de forma casi repentina por lo variante del mismo y que, si no soy consciente de lo que se avecina, me obliga a reaccionar de manera imaginativa, consiguientemente, pero en la mayoría de los casos no consecuentemente. En resumen, viene forzada (de una fuerza) por lo que la rodea. Por su parte, la innovación estratégica es propia (parte de una fortaleza) y/o se deriva de una cultura en la que mejorar se entiende y asume como renovación constante. Esta última, se fundamenta como un ecosistema que verdaderamente establece condiciones propias para cambiar lo interno y, desde ahí, lo externo.

¹Autor de correspondencia: sergiobataller@camarafuerteventura.org

Visión para la conexión

Fuerteventura parte con ciertas fortalezas que le ayudan en su estrategia de innovación a la vez que genera reclamo en otras regiones y mercados inversionistas o buscadores de sinergias. Por su geolocalización estratégica tricontinental (África-Europa-América, sin olvidar la Macaronesia), viene constituida por naturaleza como *hub* ideal para el desarrollo de negocios, tanto de pequeñas y medianas empresas en sus diferenciadas estrategias de internacionalización, como para compañías globales e inversores particulares que ponen su mirada en estos tres continentes.

En África, desde una conectividad directa apoyada por infraestructuras de vanguardia que convierten a Fuerteventura en excelente plataforma, entendiendo esta conexión como una logística de transporte multimodal que facilita un (re)encuentro no sólo comercial. Como isla canaria más próxima a África, tradicionalmente ha aportado fuertes lazos históricos y logísticos con el continente vecino. En este sentido y como trampolín, la recuperación de la conexión marítima Fuerteventura–Tarfaya se convierte en un *must* a alcanzar en el corto plazo. Por su parte, con Europa, facilitando el acceso a su mercado y a las ventajas que la Unión Europea brinda a través de sus fondos. Dentro del continente americano, con el mercado latino, generando vínculos desde las ventajas idiomáticas, de herencia cultural y de fuertes lazos sociales que abren puertas y facilitan el proceso de entrada desde el entendimiento con administraciones que pueden parecer rígidas para empresas que carecen de esas raíces y vínculos directos. Con los tres continentes, las conexiones aéreas directas desde Fuerteventura con las capitales de los principales mercados comerciales y económicos no hacen sino reforzar el valor de la conectividad como principal factor de competitividad y llave de acceso e intercambio global.

Oportunidades de crecimiento y para la inversión

En los últimos años, la simbiosis entre las graves crisis sanitaria y económico-social y la identificación de Fuerteventura como excelente reclamo por su alta calidad de vida y por sus competitivos costes, han ayudado a la isla a desarrollar también un ecosistema tecnológico ideal para *startups* y emprendedores, bien sea desde un régimen autónomo como de microempresa.

A ello se unen las grandes ventajas fiscales de la región: 4% en el impuesto de sociedades por la Zona Especial Canaria, 25% de deducción por inversión en activos fijos, 10-15% de deducción en gastos de promoción y publicidad, así como demás incentivos para actividades de I+D e innovación tecnológica que facilitan una reducción anual de costes entre el 45% y el 90%, sin olvidar el más bajo IGIC.

Como compilación y volviendo al propósito de crecer desde dentro para crecer hacia fuera, la isla viene apostando seriamente por el impulso de la colaboración entre las entidades públicas y privadas locales con el fin de promover programas de incubadoras empresariales de corte tecnológico con capacidad para desarrollarse en aquellas actividades que generan las principales fortalezas para Fuerteventura y son tradicional polo de atracción como el turismo, el primario (agro), el audiovisual, las TIC y, más recientemente, el aeronáutico-aeroespacial o, muy especialmente, el de las energías renovables. En todos estos sectores se comprende y trabaja como clave de competitividad el desarrollo de proyectos integrales, innovadores, sostenibles y responsables socialmente. Siempre asegurando un verdadero proceso incubador, con un acompañamiento continuo que parte desde el colectivo emprendedor.

En materia de turismo, Fuerteventura no es sólo sol y playa, reclamos que vienen siendo complementados generacionalmente por los visitantes en búsqueda de un turismo de experiencia. Es ejemplo también en lo deportivo como referente en deportes acuáticos, siendo sede de campeonatos mundiales; en lo científico y dentro del nicho de modelo de astroturismo, siendo reconocida por el público visitante por su alto valor geológico como isla canaria más antigua, pero también por prestigiosos organismos internacionales como la UNESCO como Reserva Starlight (2012) y Reserva de la Biosfera (2008); y, por último, como Destino Turístico Inteligente (DTI), siendo Fuerteventura identificada en su eje innovador como Smart City (Fuerteventura Open i-Sland).

En el sector primario, y concretamente en lo agroalimentario, hay oportunidades muy abiertas en espacios y productos concretos. Es ya motor de diversificación el eterno potencial gastronómico centrado principalmente en el queso de cabra (1ª DO de España) y en otros competitivos productos locales como el aloe vera (generando amplias y profundas gamas y líneas de producto), la producción intensiva de la leche de camella (con grandes ventajas nutricionales) y el aceite de oliva virgen extra (especialmente competitivo en un entorno de fuerte crecimiento del precio en origen en otras regiones).

La industria audiovisual internacional, tanto cinematográfica como de videojuegos, continúa poniendo su foco en Fuerteventura como “isla escenario y plató natural” ideal, tanto por sus paisajes y su clima como por la inversión en formación y talento local profesional. Además, en línea de lo destacado anteriormente, tener la mejor fiscalidad de Europa (REF) con un 50% de deducción directa para producciones extranjeras y nacionales es, sin duda, un definitivo impulso.

Últimamente, Fuerteventura también se posiciona en el sector aeronáutico y aeroespacial gracias a las iniciativas impulsadas desde el

Parque Tecnológico como el Canarias Stratoport, primer estratopuerto de Europa, y el Canarias Geo Innovation Program 2030, que permite desarrollar operaciones de plataformas pseudosatelitales de gran altitud y vuelos de drones; o el International Smart Center for Emergencies, Security and Biodiversity Missions (ISSEC), para analizar datos de sensores embarcados en plataformas aéreas y aeroespaciales no tripuladas.

Junto a todo ello, Fuerteventura reconoce como principal eje estratégico las economías azul y verde, que son una apuesta muy firme especialmente en su vinculación con las energías renovables y el agua.

Dentro del concepto “azul”: la acuicultura y la biotecnología marina, creando en 2020 el Observatorio de Basura Marina (OBAM) con el objetivo de ser referente científico en la Macaronesia en el estudio de los impactos y la monitorización de la basura marina en costas, fondos marinos y aguas circundantes; y, muy especialmente, el saneamiento y la gestión eficiente del agua. En el lado “verde”: la aplicación de nuevas tecnologías en el sector primario, el impulso a la economía circular y, sin duda, la total apuesta por ser el mayor referente regional en materia de las energías renovables y la gestión del agua a través de Africagua, el principal foro de negocios en la materia, del cual Fuerteventura es sede desde hace ocho ediciones y que en su reciente última convocatoria bienal superó los 300 asistentes con más de 80 encuentros multilaterales y cierres de acuerdos para materializar importantes proyectos de desarrollo entre Canarias y África occidental. Todo ello liderado por la Cámara de Comercio de Fuerteventura y con la importante colaboración de organismos e instituciones locales y regionales como Cabildo de Fuerteventura, Gobierno de Canarias o los ayuntamientos locales de Puerto del Rosario, Antigua y La Oliva, y socios de tanta relevancia y aporte como Proexca, el Instituto Tecnológico de Canarias,

Casa África y la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Así, Fuerteventura se convierte en altavoz de todos y referente local y regional de una apuesta unificada por las economías azul y verde dentro del conjunto de la bioeconomía.

Y un futuro todavía más fuerte

Por todo ello, hoy Fuerteventura es más fuerte. Porque, en definitiva, sabe aprovechar sus

potencialidades y generar una estructura sólida que le permite avanzar hacia el futuro en una dirección correcta.

En este sentido, el apoyo de la sociedad en su conjunto y la comunión entre ciudadanía y organismos públicos y privados está siendo y será el verdadero y fundamental eje de continuidad en toda esta estrategia de desarrollo para el crecimiento de la isla, de la región y de los distintos mercados con los que crecer y ser todos juntos más fuertes.