

## Economía

Informe Catpe | La renovación del negocio alojativo en el Archipiélago

## El Catpe alerta de la baja competitividad canaria frente a otros destinos turísticos

El Centro Atlántico de Pensamiento describe los riesgos del regreso al mercado de los inestables Egipto o Turquía ■ Los analistas abogan por proteger la "inversión"

Julio Gutiérrez

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

El destino turístico canario está en una encrucijada. Maduro por falta de modernización de las infraestructuras y del concepto del producto en sí, colecciona sin embargo récords de afluencia de visitantes y volúmenes de gasto turístico. A pesar de los éxitos, el Centro Atlántico de Pensamiento Estratégico (Catpe) alerta de que la situación es coyuntural y se alimenta de la falta de estabilidad política en lugares como Egipto y Turquía, cuyo regreso al mercado en plenitud de condiciones colocaría al negocio alojativo del Archipiélago en una línea descendente de incierto punto final.

El turismo supone el 30% del producto interior bruto (PIB) de las Islas y el cobijo para el 34% de quienes tienen empleo. Datos que el *think tank* (tanque de pensamiento) canario resalta para aclarar la gravedad de la situación futura si no se pone remedio con urgencia.

En su estudio de más de cien páginas titulado *Propuestas para un aumento del poder competitivo de la oferta turística del archipiélago canario*, el Catpe analiza el estado de situación, las causas que lo motivan, los peligros que entraña y, por último, lanza una serie de propuestas para garantizar la senda del liderazgo futuro.

La labor es gruesa, por lo que los analistas del grupo de pensamiento optan asimismo por establecer una escala de prioridades. Colocan en el primer escalón "las infraestructuras turísticas, la modernización de la oferta alojativa (tanto a través de la rehabilitación como de nuevos proyectos), la oferta de ocio complementario y la calidad del servicio". A estos, añade "la integración del clima en la promoción turística" y los factores seguridad y precio.

## No basta con el sol

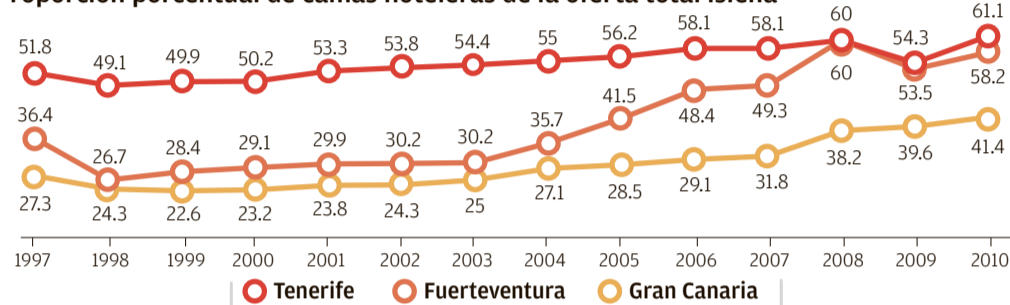
El Catpe reconoce como fortaleza del Archipiélago el hecho de ser un destino cercano –a no más de cuatro o cinco horas de los mercados emisores europeos– que ofrece una condiciones climáticas que no tienen parangón durante los meses del largo invierno continental. Allado de este factor coloca el de la "estabilidad política" que garantiza la ausencia de los sobresaltos que sí padecen Egipto o Turquía durante los últimos años. Sin embargo, para el *think tank* estas fortalezas ya no bastan por sí solas.

No por el hecho de que los clientes vayan a elegir destinos en los que no se sienten seguros. Es del todo lógico que no lo hagan y los datos lo demuestran, con los récords en llegadas de visitantes que se ha anotado Canarias en los

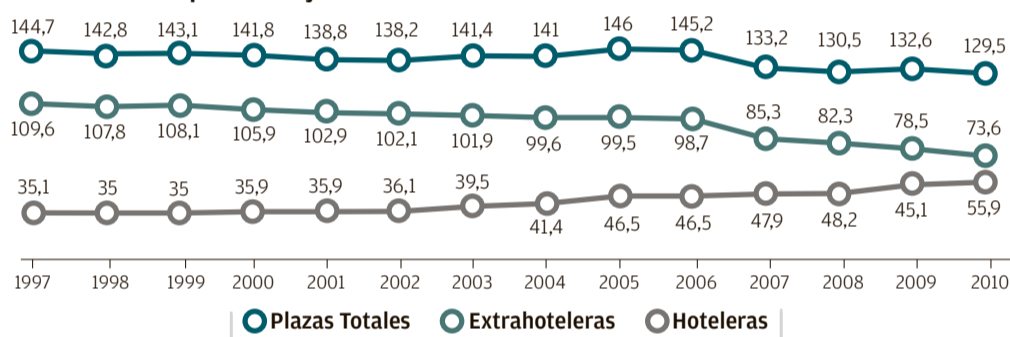
## La oferta turística del Archipiélago

Evolución de la planta alojativa

## ■ Proporción porcentual de camas hoteleras de la oferta total isleña



## ■ Evolución de las plazas alojativas de Gran Canaria



## ■ Antigüedad alojativa de Playa del Inglés vs. Lara y Belek (Turquía)

Antigüedad	Playa del Inglés (2007) 49.522 camas <sup>4</sup>	Lara (Turquía) 39.112 camas (junio 2012)	Belek (Turquía) 62.354 camas (junio 2012)
Menos de 15 años	7%	100%	91%
Entre 15 y 25 años	22%	0%	9%
Más de 25 años	71%	0%	0%

LA PROVINCIA/DLP

años 2011 y 2013, en los que ha superado los doce millones recogiendo a clientes de esos destinos que ahora están fuera de juego. Sin embargo, la situación política de esos países se estabilizará antes o

después, con lo que esa ventaja competitiva con que cuentan actualmente las Islas desaparecerá. El Catpe aclara que "trabajar en la recuperación de potencial de los principales factores competitivos"

no significa dejar de lado "la conservación de la imagen de las fortalezas de Canarias", las aludidas seguridad, "especialmente, el clima". De hecho propone que se incremente la presencia de este último

## Diluir el factor precio se revela vital para mantenerse en primera fila

El Catpe expresa la necesidad de no gravar el coste para los turistas con impuestos ■ Faltan calidad y vocación de servicio en el Archipiélago

J. Gutiérrez

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

El Centro Atlántico de Pensamiento Estratégico (Catpe) destaca la importancia de dar especial protagonismo a factores distintos del precio, variable en la que Canarias está en neta inferioridad frente a destinos que cuentan con estructuras de costes mucho más livianas. Por eso, el *think tank* da el protagonismo al rejuvenecimiento de la planta hotelera y de la oferta turística en su conjunto, además de fortalecer los factores con que las Islas cuentan a su favor, tales como la seguridad y las condiciones climatológicas.

El *think tank* toma el coste final del paquete turístico como variable desde la que se observa que el Archipiélago es un destino más caro. Para empezar, porque los salarios en Egipto, Turquía, Túnez o el propio Marruecos son mucho más bajos y, además, esta es una circunstancia que no cambiará.

No obstante, los integrantes del Catpe señalan la necesidad de "adoptar todas las medidas posibles" con el fin de "no aumentar aún más la diferencia de precios a través de imposiciones voluntarias, como son los gravámenes fiscales a los cuales se está sometiendo de forma creciente al turismo (IGIC, tasas aéreas, ecotasas, etc.)."

## El 'think tank' propone poner en valor la formación práctica en las Islas

También la calidad y la vocación del servicio colocan al Archipiélago en inferioridad de condiciones. Para ello, el Centro Atlántico de Pensamiento Estratégico formula propuestas formativas de "disposición al servicio". En el análisis competitivo frente a Turquía que incluye el documento, se constata una mayor orientación práctica de la

factor en las campañas promocionales, "de manera que funcione como eje central de la promoción, especialmente en invierno, pero también en verano".

La seguridad y la proximidad a núcleos urbanos de referencia confieren al Archipiélago una potencial ventaja. Los turistas pueden moverse aquí libremente, mientras que muchos clientes no salen de los *resorts* de los destinos competidores porque en kilómetros a la redonda no hay ninguna oferta alternativa. No por ello se quedan atrás y, en ese caso, incluso incluyen ese tipo de acicates paralelos dentro de los establecimientos.

Las Islas no aprovechan sin embargo esa ventaja y, a juicio del Catpe, "se ha evidenciado la necesidad de ampliar" esa oferta de ocio y hacerlo en todos sus niveles, tanto "con grandes proyectos" –parques temáticos, por ejemplo–, como con "una nueva oferta comercial moderna" –mayor flexibilidad de horarios– "o a través de una oferta actualizada de las demás vertientes del ocio".

A la hora de afrontar grandes inversiones, el Centro Atlántico de Pensamiento Estratégico no duda en calificar a las Islas como zona "de alto riesgo". Por dos factores: "la alta dependencia que tiene el Archipiélago de un solo medio efectivo de transporte, el aéreo, y por la imagen de alta inseguridad jurídica que ha consolidado Canarias durante las últimas dos décadas".

Un mensaje a la actividad legislativa seguida por el Parlamento autonómico e impulsada por los sucesivos gobiernos. Para dotar de potencia a la actividad inversora en las Islas, el *think tank* propone adoptar medidas de carácter extraordinario, como puede ser "la declaración del estatus de interés autonómico para determinados proyectos". Incluso estableciendo mecanismos que garanticen de forma anticipada que la iniciativa va a contar con dicha protección.

El objetivo perseguido por Catpe con dicha actuación es la de "atraer inversores para proyectos de alto riesgo empresarial".

formación profesional turística de aquel país, "entendida como prácticas en empresas reales". De tal forma que en comparación, también con el sistema dual –teoría y práctica real– alemán, la formación canaria es la "que menos horas de práctica en centros de trabajo tiene".

Ante esta carencia, el Catpe propone la instauración de "un ciclo de formación dual para el sector turístico canario, acorde con el decreto aprobado por Consejo de Ministros en 2012" con relación a la formación sobre el terreno.

En cuanto a la disposición al servicio, los analistas del *think tank* ponen de relieve la necesidad de evitar "declaraciones públicas que impliquen o puedan provocar algún grado de aversión hacia el turista o que degraden las profesiones de hostelería". Cuestión de puro sentido común que, sin embargo, en ocasiones se olvida y rebaja al principal alimento de la economía canaria a la categoría de actividad desdénable para la que parece no necesitarse cualificación.