LA PROVINCIA
DIARIO DE LAS PALMAS

04/06/2017

Tirada: 20.614 Categoría: Canarias
Difusión: 17.204 Edición: Suplemento
Audiencia: 51.612 Página: 6

AREA (cm2): 937,1 OCUPACIÓN: 83,1% V.PUB.: 3.364 € NOTICIAS EXCELTUR||TURISMO Y SECTOR

Urbantur 2016 | La competitividad de las ciudades turísticas

La capital grancanaria entra en el mapa de los principales destinos urbanos

Su conectividad y estancia media la sitúan entre los cinco mejores de España ■ Exceltur la relega al último lugar en cualificación del entorno y oferta cultural

Marta Cantero
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

En tan sólo cuatro años, el turismo urbano ha cambiado notablemente. Por un lado, ha experimentado crecimientos importantes, mayores que en cualquier otro segmento turístico: entre 2012 y 2016 la demanda turística, medida en número de pernoctaciones, ha crecido en las ciudades españolas un 20% y se sitúa ya un 33,8% por encima de la cifra registrada en 2008.

Por otro lado, los destinos urbanos están teniendo que afrontar nuevos desafíos, algunos de ellos inimaginables hace nada. La eclosión del alquiler vacaciones es uno de ellos y el que mayor quebradero de cabeza está provocando en el propio sector turístico y en las administraciones públicas encargadas de regularlo: la oferta turística en viviendas contenida en las distintas plataformas ya supera el número de plazas hoteleras en las ciudades del país.

Estas son las principales conclusiones a que ha llegado Exceltur en el segundo informe que ha dedicado al turismo urbano en España, denominado *Urbantur 2016*. En el primer análisis, *Urbantur 2012*, Las Palmas de Gran Canaria ni siquiera figuraba en la relación de principales ciudades turísticas españolas. En 2016 ha entrado por fin en el ranking, situándose a mitad de la tabla. Es decir, se le reconoce un mayor posicionamiento turístico, ocupando el onceavo lugar de los 22 núcleos urbanos analizados, aunque queda en el último lugar en uno de los indicadores que mide su nivel de competitividad: "Lo realmente importante es que la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria no estaba en el mapa, turísticamente hablando. Y ha entrado en él", resume la responsable del Plan de Marketing de la capital grancanaria, María Angels Serra.

Imagen de la playa de Las Canteras, cuyo principal factor de competitividad es su clima. | JUAN GREGORIO

Imagen de la promoción de la ciudad en Fitur.| REUTERS

Estrategia y transversalidad

¿Qué ha mejorado? El lobby empresarial reconoce que la ciudad está concediendo mayor prioridad política al turismo, pero precisa que no se implica en él todo el gobierno municipal. Así, Las Palmas de Gran Canaria figura, junto a otras seis ciudades, en la relación de "quienes han entendido la necesidad de dotar a la ciudad de una estrategia turística bien definida". Para la consultora catalana, la inclusión de la capital grancanaria en el informe es "un premio al trabajo que la ciudad viene haciendo desde el 2008", cuando arrancó el Plan de Marketing.

"Lo que dice el monitor de competitividad de las ciudades de Exceltur -añade Angels Serra- es que los destinos tienen que planificar. Y en este sentido reconoce que Las Palmas tiene una hoja de ruta constante y clara sobre hacia dónde queremos ir desde el punto de vista turístico".

Lo que no tiene es una correcta coordinación de su política turística entre las diferentes concejalías con implicación en la actividad turística: desde urbanismo, cultura, comercio, etcétera, hasta la propia alcaldía. Esta "falta de transversalidad" de las políticas turísticas no es exclusivo de la única ciudad canaria que figura en Urbantur, ya que sólo los equipos municipales de Barcelona, Valencia y Málaga reúnen con periodicidad a una comisión de interconcejalias para coordinar las acciones relacionados con la gestión del turismo.

Urbantur 2016 detecta, en general, "una pérdida del estatus y relevancia del turismo en los organigramas municipales", así como una reducción de las partidas destinadas al turismo en los presupuestos de la mayoría de las ciudades analizadas, incluida Las Palmas de Gran Canaria. El turismo copó, de media, tan solo el 0,49% del presupuesto municipal en 2015 y las partidas destinadas al sector se redujeron un 7,2% entre el período 2011 hasta ese año.

Más iniciativa privada

Exceltur sostiene que "la iniciativa privada está tomando el testigo a la iniciativa pública en la mejora de la competitividad de los destinos urbanos". También en la capital gran canaria se está produciendo una tímida reactivación del sector privado, según Angels Serra: "Hay un cambio que se está produciendo en la ciudad y que comienza a percibirse fuera. Un cambio que afecta al propio sector y que se traduce en más iniciativa privada, con la apertura de nuevos restaurantes y hoteles, en su mayoría pequeños pero con encanto".

Los analistas de Exceltur ponen cifras a esa "multiplicación de las iniciativas empresariales" en las ciudades turísticas españolas, impulsadas por el fuerte crecimiento de la demanda y la mejora de resultados. Así, tanto en el ámbito de turismo de ocio como en los negocios, los indicadores registran "un crecimiento notable" en el número de visitantes a los principales atractivos de las ciudades (+15%) como en el número de asistentes a ferias (+8%) y congresos (+2%).

La actuación conjunta de los actores privados y públicos con competencia en el sector sigue siendo, sin embargo, una asignatura pendiente en la mayoría de destinos turísticos urbanos del país analizados por el potente grupo empresarial turístico.

Posicionamiento climático

Entre los 62 indicadores que se cruzan en el informe para medir la competitividad turística de las 22 ciudades seleccionadas, Las Palmas de Gran Canaria cojea sobre todo en aquellos que hacen referencia al atractivo de su oferta cultural y a los agrupados bajo la denominación de "factores de competitividad el entorno urbano y la vida social". Es decir, los que miden la cualificación de sus espacios públicos para el turismo, su dotación de zonas verdes, la calidad del medio ambiente urbano o la eficacia del tratamiento de residuos. También tiene en cuenta, por último, otros condicionantes relacionados con estilo de vida local y su percepción por parte del turista.

Oscar Perelli, el responsable de este Monitor de Competitividad de las Ciudades Turísticas de Exceltur, resume la posición de la capital grancanaria así: "El principal factor de competitividad de Las Palmas de Gran Canaria es su posicionamiento climático y que está trabajando positivamente en la gestión del turismo". "Pero no cuenta -añade- con los recursos culturales de una ciudad media a las que pertenece". Se refiere a aquellas que tienen una población entre los 200.000 y 500.000 habitantes y gran atractivo turístico, sobre todo Granada con su gran patrimonio cultural. Pero también integran este grupo otras siete entre las que destacan Palma o Bilbao.

Entre los seis destinos urbanos que encabezan *Urbantur 2016*, cinco son las grandes capitales españolas, por este orden: Barcelona, Madrid, Valencia, Málaga y Sevilla. Pero también figuran por delante de la capital grancanaria dos pequeñas ciudades, de menos de 200.000 habitantes: Santiago de Compostela y San Sebastián, que le disputó en su día la Capitalidad Cultural Europea.

> La ausencia de coordinación entre concejalías lastra la política turística

> Los turistas franceses descubren la ciudad, mientras los nórdicos vuelven a visitarla

La apuesta por sistemas de transporte "más calmados y de una menor huella ecológica" ha pasado a ser otro de "los desafíos inaplazables" de la agenda de las ciudades. La experiencia de movilidad es, además, determinante para el turista, según Exceltur. Las Palmas de Gran Canaria está bien situada en este índice de competitividad, que incluye desde la accesibilidad aérea (nivel de conectividad y frecuencia de vuelos) hasta la denominada "movilidad turística". La apuesta por la peatonalización, el apoyo al uso de la bicicleta o la eficiencia de los servicios de taxi son algunos de los indicadores que sitúan a la capital gran canaria en la quinta ciudad con mejor movilidad urbana.

El establecimiento de una interconexión inteligente y *on line* con el turistas es igualmente, para el lobby empresarial, "uno de los nuevos ámbitos de trabajo para los gestores turísticos locales". La apuesta, en definitiva, por ser o no un *smart desti-*

Pasa a la página siguiente >>

LA PROVINCIA

04/06/2017

Tirada: 20.614 Categoría: Canarias
Difusión: 17.204 Edición: Suplemento
Audiencia: 51.612 Página: 7

Exceltur

AREA (cm2): 620,5 OCUPACIÓN: 55% V.PUB.: 2.262 € NOTICIAS EXCELTUR||TURISMO Y SECTOR

>> Viene de la página anterior

nation, en la que Las Palmas de Gran Canaria se sitúa también en los primeros puestos.

En comparación con el primer estudio realizado en 2012, Exceltur constata un fuerte e imparable crecimiento del turismo urbano en España. Y lo achaca a cinco factores: la recuperación económica, los ataques terroristas a otras ciudades europeas (Bruselas, Estocolmo, Londres y París, además de Estambul), el abaratamiento del transporte, el aumento de los viajes de negocios y "un creciente de la población por vivir experiencias en entornos urbanos".

La demanda urbana crece más que otros segmentos: un 20% entre 2012 y 2016

Pero este fuerte aumento de los viajes urbanos está situando a las ciudades "más que nunca ante el reto de saber gestionar su posicionamiento turístico". Y es que el impacto del turismo en el día a día de sus residentes está en el punto de mira de quienes lo soportan. Los problemas de masificación, y la denominada gentrificación (expulsión del residente por la carestía del barrio "ocupado" turísticamente), son ampliamente analizados por Exceltur, que culpa casi exclusivamente al fenómeno del alquiler vacacional de ser el causante del desbordamiento turístico de algunos destinos y el desafecto hacia este sector.

La incidencia del fenómeno de alquiler vacacional en el metabolismo urbano se produce "por un crecimiento exponencial e incontrolado", según Urbantur. Y sostiene que la continua y desbordante incorporación de viviendas ha registrado un crecimiento del 104% anual. De forma que sitúa ya en más de 360.000 el número de plazas de viviendas de alquiler que se ofertan en las 22 ciudades analizadas y que suponen "un aumento del 88,3% respecto a la oferta existente en 2015 y del 1.633% en relación a 2012": "Los problemas de masificación o gentrificación se combaten previendo el éxito antes de que ocurra", explica María Angles Serra, que vive una de las ciudades en que el turismo está generando mayores tensiones: Barcelona. Este "cuestionamiento que se está suscitando en algunos territorios sobre las bondades del turismo" es, para Exceltur, una oportunidad para apostar por modelos turísticos más sostenible y más productivos para la sociedad.

Turismofobia

Esta "turismofobia" o "falta de empatía ciudadana hacia el turismo" genera profunda preocupación en el sector: "El residente canario ve el turismo con buenos ojos, porque sabe la importancia que tiene para la ciudad", asegura Serra. Y las encuestas de satisfacción constatan que los visitantes así lo perciben y se sienten bien acogidos en Las Palmas de Gran Canaria. Unos turistas que están sometidos al gran dinamismo del negocio turístico y, como la propia ciudad, están cambiando de perfil.

Entre las principales novedades que se están produciendo en el lado de la demanda destaca la presencia creciente del mercado francés, que hasta ahora apenas venía a la capital grancanaria, así como la recuperación del mercado nórdico, que hace tiempo dejó de visitarla. Pero también se está incorporando otro mercado nuevo, la clase media del norte de África: "Un hecho nada extraño si tenemos en cuenta que a un destino vienen los más cercanos y mejor conectados y cada vez hay más rutas con países africanos".

MONITOR DE COMPETITIVIDAD DE TURISMO URBANO

RANKING POR PILARES Y CIUDADES ESPAÑOLAS, SEGÚN TAMAÑO. 2016

CIUDAD	POSICIÓN GENERAL	ATRACCIÓN DE LA OFERTA DE OCIO	ATRACCIÓN DE LA OFERTA DE NEGOCIO	COMPETITIVIDAD ENTORNO URBANO Y VIDA LOCAL	ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD	GOBERNANZA Y GESTIÓN ESTRATÉGICA	RESULTADO ECONÓMICO Y SOCIAL	POBLACIÓN
BARCELONA	1	1	2	1	2	2	1	1.604.555
MADRID	2	2	1	2	1	6	2	3.141.991
VALENCIA	3	3	3	11	6	2	8	786.189
MÁLAGA	5	8	7	12	4	5	11	569.130
SEVILLA	6	4	4	7	8	10	7	693.878
ZARAGOZA	13	16	6	13	9	9	20	664.953
P. DE MALLORCA	7	10	8	15	3	17	3	400.578
BILBAO	8	11	5	3	11	15	6	345.141
GIJÓN	10	18	17	14	21	4	14	274.290
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	11	13	12	22	5	13	5	379.788
VALLADOLID	12	20	10	18	12	7	15	303.905
CÓRDOBA	14	7	15	8	7	16	13	327.362
GRANADA	16	5	11	17	18	20	12	235.800
ALICANTE	18	12	19	21	10	18	9	328.648
MURCIA	19	19	9	20	20	8	22	439.889
LA CORUÑA	20	14	14	10	17	22	17	243.870
SAN SEBASTIÁN	4	9	13	5	16	3	4	186.095
Sant. DE COMPOSTELA	9	6	20	4	15	11	16	95.621
SANTANDER	15	21	18	6	13	12	10	173.957
SALAMANCA	17	15	16	9	22	14	19	146.438
BURGOS	21	17	21	16	14	19	21	177.100
LEÓN	22	22	22	19	19	21	18	127.817

LA PROVINCIA/DLP

¿Una promoción diferenciada?

Las Palmas de Gran Canaria tiene un handicap para promocionarse como destino urbano, pese a confluir en ella las características que están convirtiendo a algunas ciudades en grandes atractivos turísticos. Su principal obstáculo es que forma parte de una oferta más amplia y basada en otras excelencias: el vacacional de sol y playa que representa Canarias para el mercado turístico mundial. "Desde el punto de vista promocional la ciudad tiene un problema y es que tiene que promocionarse dentro del destino Gran Canaria, la isla, y Canarias, las islas en su conjunto", explica su responsable del Plan de Marketing. Ambos segmentos, vacacional y urbano, tienen en común la bondad del clima. Pero dentro de este paraguas general, a la capital grancanaria le resulta difícil hacerse un hueco y posicionarse de forma diferenciada para atraer a turistas con un perfil distinto al que viaja "a los sures" de las Islas. "La ciudad tiene por encima a dos entidades con mejor posicionamiento en el mercado y con más recursos para promocionarse, pero creo que Gran Canaria está comenzando a entender que la ciudad es un valor añadido a su oferta, porque el turismo urbano es el segmento que más crece, muy por encima de las restantes ofertas turísticas", reflexiona María Angels Serra. **M.C.**