

Turismo | Feria Internacional de Madrid 2014



Lleno en el pabellón de Canarias el pasado año durante una de las jornadas dedicadas sólo a los profesionales del sector. | LP/DLP

Canarias acude este año a la Feria Internacional de Turismo de Madrid como el destino español mejor posicionado en los últimos años. De hecho, se ha situado en el primer puesto en número de pernoctaciones y en rentabilidad turística, por encima de Cataluña y Baleares. El mérito de este éxito, que avalan

también otros indicadores, no es todo suyo. Las luces de la industria turística canaria tienen sombras: visitantes 'prestados' por la inestabilidad del Norte de África y un nivel de renovación insuficiente. Cuenta, además, con un cómplice único: un invierno suave, el principal obstáculo para el resto de destinos.

Canarias, motor del turismo español

El incremento de visitantes lleva a la flota de vehículos de alquiler a crecer un 17% a lo largo de este año ■ El Archipiélago acude a Fitur 2014 como un destino altamente fortalecido

Marta Cantero

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

El alquiler de coches está siendo uno de los sectores más beneficiados por la llegada creciente de turistas internacionales a Canarias, hasta el punto de que en los últimos tres meses -con un millón de turistas mensuales- es habitual ver en los aeropuertos de las Islas colas de los visitantes frente a las ventanillas de los *rent a car*. La Asociación de Empresas Canarias de Alquiler de Vehículos ha confirmado el alza del negocio, que prevé incrementar su flota en un 17% a lo largo de 2014, hasta alcanzar una oferta de unos 35.000 vehículos.

Ya en 2012, el empuje del turismo impulsó la renovación de la flota de coches de alquiler en el Archipiélago, con la adquisición de 9.495 turismos más. Según los analistas, Canarias tiene aún amplia capacidad de generación de empleo indirecto en el sector turístico, a través de la red de pequeños y medianos prestadores de servicios culturales, de ocio o deportivos, así como en restauración.

Es otra de las ventajas que diferencia a Canarias de sus competidores, sobre todo el Caribe, donde el *resort* cerrado -por motivos de seguridad o de falta de infraestructuras- propicia el *todo incluido*. Hasta ahora, el empleo indirecto representa solo el 30% del total generado por la actividad turística: 77.000 empleados frente a las 178.000 contrataciones directas.

No sólo es la demanda externa la que está sosteniendo el gasto turístico en las Islas. El consumo interno, es decir, los viajes que los propios canarios hacen entre islas o las pernoctaciones que realizan en los alojamientos turísticos de su propia isla -sobre todo en Semana Santa y verano- ha crecido también de forma significativa en estos últimos años.

El turismo creció en España el pasado año por encima de la media del resto de sectores de la economía española. Y también pulverizó las estimaciones iniciales, gracias sobre todo a las cifras alcanzadas en el último trimestre. A falta de oficializar los datos de diciembre, las estadísticas ya apuntan a cifras muy altas, algunas de ellas récords: 60,3 millones de visitan-

tes, 45.000 millones de ingresos y más de 22.000 empleos nuevos en el sector. Se confirma así la importancia de esta industria como motor de la recuperación económica del país.

En un análisis por comunidades, Canarias ha ido ganando peso en el conjunto del turismo español desde 2011, hasta el punto de desplazar a Cataluña y Baleares de los primeros puestos en dos indicadores significativos: las pernoctaciones y la rentabilidad de las empresas del sector. Las primeras son una de las principales medidas económicas para cuantificar el peso del negocio turístico de un destino, al computar el número de noches que pasa cada turista en el sitio escogido para sus vacaciones, hacer negocios o transitar a otro lu-

gar -total de viajeros por sus días de estancia-.

De las 370,3 millones de pernoctaciones de turistas internacionales que registra España en la actualidad, más de cien de millones se producen en Canarias desde 2011, en concreto 101 millones frente a los 100 millones de Cataluña y los 87,7 de Baleares.

"Que Canarias configura una de las regiones punteras del turismo español es una evidencia: se situó como la segunda comunidad más visitada por los turistas extranjeros y la primera en número de pernoctaciones. Además, cuenta incluso con un mayor número de turistas residentes en España que Baleares. Asimismo, registra uno de los volúmenes de negocio de hostelería más elevados del territorio español,

y con una facturación por local muy elevada", sostiene el Instituto de Estudios Turísticos en su análisis del sector comunidad a comunidad. Son datos de 2012, pero el cierre de balance estimado para 2013 apunta a un aumento de algunos de estos indicadores y la confirmación de la tendencia de la consolidación del destino.

Visitantes todo el año

La estacionalidad es la significativa característica que diferencia a los núcleos turísticos peninsulares y al Archipiélago. Es, además, el principal factor que lastra la cuenta de resultados de esos destinos, y también de otros competidores del Mediterráneo y del Caribe -que soportan un verano excesivamente caluroso-, hasta el punto de que combatirla es uno de los retos que se ha marcado la Organización Mundial del Turismo.

El benévolo invierno canario convierte sin embargo a estas Islas en un destino líder en los meses fríos, sustituyendo la estacionalidad por mera temporalidad (alta o baja), pero que le permite recibir visitantes todo el año. La climatología invernal y las coyunturales crisis que viven algunos de sus competidores han permitido, efectivamente, a las empresas canarias elevar en el último año su porcentaje de rentabilidad por encima del resto del negocio turístico español. Así, los ingresos por habitación hotelera disponible -el denominado *Revpar*- han aumentado un 7,8% en Canarias, frente al 6,9% de Baleares y el 3,2% de Cataluña.

Los ingresos por habitación hotelera disponible han aumentado un 7,8%

Egipto perdió hasta 2,3 millones de turistas en 2013 por su inestabilidad política

A la mejora de la ocupación, que se ha producido de forma generalizada en el conjunto de la oferta vacacional de España, en Canarias y en Baleares se suma también una recuperación de los precios. Esta subida tiene que ver con el hecho de que ambos archipiélagos son "mercados muy *turperizados*", según el *lobby* empresarial **Exceltur**, que vincula el alza de precios a "la mayor capacidad negociadora de estos destinos debido a los problemas de los competidores del Mediterráneo oriental".

Uno de los destinos más afectados por la inestabilidad que existe en el Norte de África, Egipto, perdió hasta 2,3 millones de turistas en 2013. Una parte de ellos optó por España, que ganó tres, incluyendo los nuevos visitantes del pujante mercado ruso y otros emisores emergentes.

Que Canarias ha sido una de las regiones más beneficiadas por la

Invertir en rehabilitar los hoteles reporta beneficios

Las propias estadísticas están marcando las preferencias de los clientes a la hora de elegir dónde pasar sus vacaciones y qué es lo que más conviene al propio destino: las rentabilidades más notables de 2013 se han originado en "los productos de mayor categoría del sur de Tenerife y de Gran Canaria, así como de las islas de Lanzarote y Fuerteventura, con incrementos porcentuales de entre el 5,6% y 16,7%". Son datos del balance realizado por **Exceltur**, que confirma la tendencia concluyendo que "las zonas de Canarias con mejor producto alojativo y donde se está afrontando un mayor esfuerzo de renovación son las que mejor comportamiento han tenido a lo largo de 2013". La falta de consenso que ha existido hasta ahora en torno a la nueva ley turística, y en concreto a los impedimentos para la construcción de hoteles de cuatro

estrellas, tampoco ha contribuido a impulsar aún el proceso de renovación del destino, con planificaciones en cada isla. La desactivación del conflicto que parece haberse iniciado tras el encuentro del presidente del Gobierno de Canarias con Mariano Rajoy, primero, y Bravo de Laguna, después, puede ser el primer paso para consensuar el pacto por el turismo que precisa el Archipiélago para mantener su estatus de líder mundial. La falta de acceso al crédito, el ajuste de costes de las empresas y el estrechamiento de los márgenes de rentabilidad que se produjo a raíz de la caída del turismo en 2009 han ralentizado la rehabilitación turística en Canarias. Según el informe de Impactur, la inversión en el sector ha descendido todos estos años, retrocediendo hasta en mil millones de euros en 2012 (un 8,6% menos que el año anterior). **M. C.**

>> Viene de la página anterior

crisis del mundo árabe lo pone de manifiesto el crecimiento del turista francés durante tres años consecutivos, desde que se produjo en 2011 el primer desvío de viajeros desde estas zonas a Canarias. Francia fue siempre un mercado difícil para las Islas, a las que se resistía a viajar hasta ahora por sus vínculos históricos con la África francófona y su especial atracción por el exotismo del mundo árabe. Su presencia en Canarias se ha duplicado en este periodo, al pasar de los 102.000 visitantes de 2010 a los actuales 250.000 del pasado año.

Los irlandeses también han derivado sus viajes hacia las Islas desde las zonas en conflicto a las que viajaban, mientras los nórdicos los han intensificado. Y los rusos, por su parte, siguen creciendo (hasta un 68% en 2013 respecto al año anterior).

El sector cierra en las Islas tres años consecutivos de cifras positivas

La llegada de franceses se duplica desde 2011 por los problemas del Norte de África

También los competidores del otro lado del Atlántico, el Caribe, han vivido otro tipo de crisis, que ha afectado sobre todo a las cadenas españolas que habían invertido allí y que se nutrían del turista europeo y sobre todo español, y que ha perdido músculo con la recesión económica. Para estos inversores, Canarias se ha convertido de nuevo en un destino atractivo, y en él vuelven a reinvertir tras años de centrar sus prioridades en proyectos en nuevos destinos norteafricanos o caribeños.

Sin embargo, el peso económico del sector turístico canario en el conjunto nacional no tiene correlación con su capacidad de influencia en los ámbitos de decisión económica y política, donde las empresas catalanas y mallorquinas sí han incidido de manera significativa. Una muestra de ello ha sido el tratamiento de Canarias en la política promocional de Turespaña, que no termina de contemplar las singularidades que representan las islas como destino diferenciado del resto de núcleos turísticos españoles.

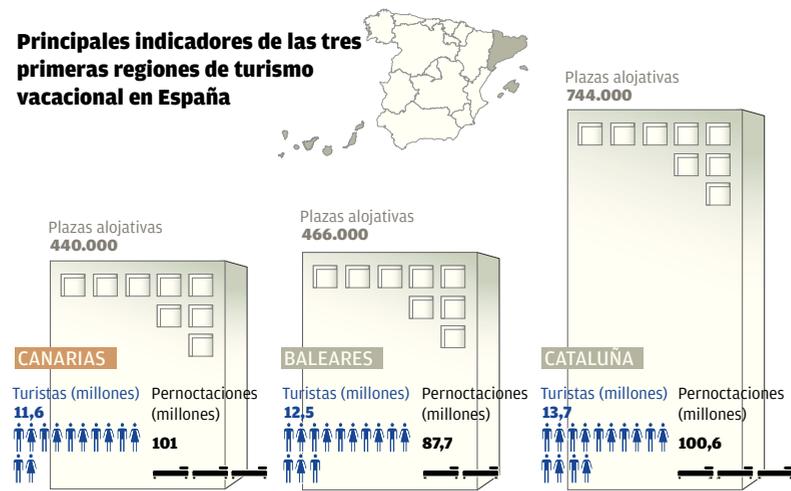
Triunfalismos equívocos

En este marco, Canarias llega a Fitur 2014, que se celebra a lo largo de esta semana en Madrid, como un destino que aparece más fortalecido aún que en ediciones anteriores; pero, en realidad, sin novedades significativas y con las mismas estrategias promocionales de siempre, incluida la disputa entre islas -Gran Canaria se promociona en un *stand* propio- frente a la apuesta por hacer valer su diversidad como la gran fortaleza de la



El presidente del Patronato de Turismo grancañario, Melchor Camón, junto a un cartel promocional en el Metro de Madrid. | LP/DLP

Principales indicadores de las tres primeras regiones de turismo vacacional en España



Fuente: Elaboración propia con datos de las principales estadísticas del Instituto de Estudios Turísticos / Exceltur. Los datos recogen las cifras de 2012, los datos provisionales de 2013 confirman esta tendencia e incluso estima un alza de todos los indicadores

LA PROVINCIA/DLP

marca única Canarias en un mercado cada vez más competitivo.

En datos globales, se registró un crecimiento del turismo canario superior al anotado en la media nacional durante el pasado año -un 0,4% más-, hasta alcanzar el máximo histórico de conseguir un incremento del 5,1% en el número de visitantes con respecto al año anterior. 2013 también ha sido un buen año, de forma que el total de turis-

tas -extranjeros, nacionales y locales- llegará a los 12 millones, una cifra más que significativa si se compara con destinos competidores caribeños como República Dominicana o Cuba, que no llegan a seis y tres millones, respectivamente, por citar solo dos ejemplos.

Las circunstancias coyunturales que están contribuyendo a que las Islas sumen un trienio seguido de éxito turístico no deben conducir,

sin embargo, a "triumfalismos equívocos", tal y como expresa la propia Exceltur.

Fidelizar a los turistas que han llegado "prestados" por las circunstancias adversas de los destinos competidores es todo un reto, pero también avanzar en un proceso de renovación que no termina de producirse en Canarias al ritmo que demanda el dinámico negocio turístico internacional.

Un negocio de 12.000 millones y 255.000 empleos

El turismo genera un negocio en Canarias de 12.281 millones de euros anuales y más de 255 empleos directos e indirectos, según los últimos datos confirmados. Es la comunidad autónoma donde el porcentaje de trabajadores vinculados de una u otra manera al sector es mayor: el 34,7% de sus 730.000 ocupados, frente al 30,3% de Baleares; mientras en el resto de regiones el peso del turismo no llega al 12% del empleo. Es decir, un tercio de la economía canaria se sostiene en la industria turística y aún así cuenta con la más alta tasa de paro de España. De ahí que el debate sobre

la capacidad de empleo del sector turístico en Canarias se reproduce de manera recurrente, reclamando los sindicatos mayor incorporación de trabajadores al sector y respondiendo los empresarios que la capacidad de generación de empleo del sector turístico tiene un límite. Pero, ¿cuál? El análisis por subsectores económicos ofrece algunos datos significativos. Así, se ve que los alojamientos, además de la construcción, han sido las ramas donde el empleo directo o indirecto se ha estancando o ha caído, mientras en otras actividades está teniendo un repunte significativo. M. C.