

Entrevista al presidente del Grupo Hospiten

Pedro Luis Cobiella: 'Hemos perdido un tiempo precioso para innovar el producto'

Santa Cruz de Tenerife se convierte estos días en la capital del sector hotelero español. Una cita en la que uno de los referentes históricos en Canarias, Pedro Luis Cobiella, recibirá un homenaje junto a los restantes presidentes de Ashotel.

Marta Cantero 23.10.2014 | 00:21

Aunque nació en La Orotava en 1936, Pedro Luis Cobiella se siente del Puerto de la Cruz, a donde se trasladó cuando tenía cuatro años en un periodo pre-turístico caracterizado por las privaciones: "solo unas pocas familias vivían de los plátanos y el resto eran sobre todo pescadores". Médico especialista en Obstetricia y Ginecología, ha asumido numerosas



responsabilidades públicas y profesionales a lo largo de su vida y ha desempeñado diversos cargos directivos en empresas e instituciones relacionadas con el mundo sanitario y turístico, entre ellas la presidencia de Ashotel durante una década (1996-2006). Fue también presidente del Consejo Social de la Universidad de La Laguna y participó en la constitución de la Alianza para la Excelencia Turística, Exceltur, junto a los principales empresarios del turismo en España.

En los década de los 90 dejó la ginecología para dedicarse a la gestión de los hospitales y en la actualidad preside el Grupo Hospiten, una gran red hospitalaria privada de carácter internacional. Con más de tres mil empleados, Hospiten atiende anualmente a más de medio millar de pacientes y cuenta con centros hospitalarios en España, República Dominicana, Jamaica y México. Pedro Luis Cobiella no es sólo uno de los empresarios turísticos canarios más internacionalizados, sino también más regionalizado con su apuesta por estar en Gran Canaria y Lanzarote, además de Tenerife.

Los hoteleros de España se reúnen estos días en Tenerife, ¿cómo valora este encuentro? ¿cuál es en su opinión el estado del sector hotelero español?

Aunque se trata del congreso que el sector hotelero español celebra regularmente en distintas zonas de España, considero muy positivo que se celebre en Tenerife en un momento en que el sector hotelero español está en muy buen estado. Ahora mismo tiene una posición muy buena no sólo en nuestro país, sino también en México, República Dominicana, Jamaica, Brasil... Además, sigue penetrando en distintos países de Europa con mucho empuje y se mantiene en el norte de África. Una zona cuya situación, por cierto, ha permitido que el turismo canario haya vivido tres inviernos francamente buenos. Y parece que esta ayuda ajena se va a prolongar uno o dos años más porque los serios problemas de seguridad de esa área infunden todavía mucho respeto, por no decir miedo; y ello pese a los esfuerzos que están haciendo estos destinos por recuperar a sus turistas, sobre todo Egipto que está subvencionando todo lo subvencionable.

¿Y cree usted que Canarias está sabiendo aprovechar esta ayuda ajena?

Creo que no estamos haciendo todo lo necesario y que se ha perdido un tiempo precioso en incorporar nuevos productos y en innovar. Hemos empezado a hacerlo en los últimos tres

años, pero se ha hecho todavía muy poco, por no decir que prácticamente no se ha hecho nada. En el Puerto de la Cruz, por ejemplo, se ha creado mucha ilusión con la creación del consorcio [Consortio de Rehabilitación] y hay mejoras puntuales, pero todavía no se palpan los resultados. La suerte es que en Canarias hay un gran número de repetidores: casi el 50% de los que nos visitan, vuelve. Aún sí, tenemos que personalizar más el tratamiento que le damos a los turistas, porque a todos nos gustan que los camareros nos reconozcan y nos traten por nuestros nombres. En general Canarias es un destino amable, pero no tanto como hace 30 años. Hemos perdido algo de esa hospitalidad inicial y es necesario introducir la calidad en todos los sentidos y en todos los servicios, no sólo en la construcción y la decoración de nuestros alojamientos.

Canarias es un destino integrado por islas que tienen sus propias singularidades turísticas, ¿hay pese a ello un espacio común para, por ejemplo, promocionar las islas como un todo?

Se ha intentado en muchas ocasiones promocionar Canarias como un todo, pero la realidad es que la individualización de Canarias en islas es algo que hacen las agencias en los mercados emisores y por tanto nos vendemos como islas. Es más, cada isla tiene además sus subdestinos; hasta tres, por ejemplo, en Fuerteventura: Jandía, Caleta Fuste y Corralejo. Y Tenerife tiene el norte, que arrastra ya una crisis turística muy larga, y el sur en su esplendor. Y así con todas.

Una de las cuestiones que precisamente tratará el Congreso es la colaboración público-privada en la promoción. ¿Cómo debe ser esa relación? ¿Es la adecuada?

Verá, los hoteleros somos como los agricultores: siempre nos estamos quejando. Es verdad que la promoción es mejorable, pero también lo es que se ha gastado mucho dinero en promoción que no ha servido para nada. En lo que sí hemos fracasado claramente es en cómo vender el verano: hay mucha gente que aún sigue creyendo que tenemos un verano sahariano, insoportable, y no el verano cálido que tenemos.

Como buen conocedor de otros destinos competidores, ¿qué otras fortalezas tiene Canarias además del clima y que debilidades?

Fortalezas, muchas: buen clima; una vegetación muy especial y una flora que atrae mucho; una gastronomía cada vez mejor... Pero para que un destino turístico funcione necesita una buena oferta complementaria y tres seguridades: ciudadana, jurídica y sanitaria. En la tercera estamos muy bien; en la primera, bastante bien; y en la segunda estuvimos bastante bien hasta hace pocos años, en los que por las razones que todos sabemos se ha ido perdiendo esa seguridad. También nos ha faltado ir abriendo cada año instalaciones más peculiares, especializadas en un producto determinado. Deportivas, por ejemplo, para ser usadas por equipos europeos de élite en diferentes disciplinas. Pero, sobre todo, nos falta conectividad. No hemos sabido crear un *hub* que nos una de verdad con África y con Centroamérica y Latinoamérica. Aún así, somos un gran destino de sol y playa, uno de los mejores.