

**María Teresa Lorenzo, consejera de Turismo del Gobierno de Canarias**

# "LA CALIDAD DEL OCIO ES CLAVE PARA SER COMPETITIVOS Y EL MEJOR EJEMPLO ES EL MUSEO SUBMARINO DE LANZAROTE"

**La responsable lanzaroteña asegura estar orgullosa del trabajo realizado hasta el momento y es consciente de que aún queda mucho por hacer para seguir mejorando**



**María Teresa Lorenzo, consejera de turismo del Gobierno de Canarias.**

M.A.C.

Fotos: J. Betancort

**■ -Ha pasado un año ya desde que ocupara el puesto de consejera de Turismo del Gobierno de Canarias, ¿qué balance hace de este periodo?**

-El turismo canario está viviendo un año récord en cuanto a llegadas de visitantes. Pero desde hace años, está en la encrucijada de superar la obsolescencia de parte de sus infraestructuras y de hacer un cambio en el modelo de gestión que por inercia se venía aplicando, y que correspondía a un modelo turístico válido para otro tiempo. El

mercado hoy tiene otras demandas y el turista está mejor informado, por lo que es más exigente. Ello quiere decir que la renovación del destino afecta al concepto en sí del turismo. Desde este punto de vista, la adaptación del turismo canario a los nuevos tiempos es un todo un reto. Y encierra una complejidad que no siempre tenemos presente. Me parece que es desde esta reflexión desde la que cabe valorar el primer año al frente de la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias. Considero que es positivo, además de por las acciones puntuales que impulsamos esa adaptación turísti-

ca a un nuevo tiempo, global y tecnológico, porque somos conscientes del nuevo papel que nos toca jugar como institución para coordinar, aglutinar y orientar al sector. Y hemos asumido la responsabilidad de dar las soluciones que corresponde a cada problema desde el consenso. Por lo que respecta a los datos históricos que vivimos en cuanto a afluencia y cifra de negocio, ha contribuido el trabajo en promoción turística que venimos desarrollando a través de nuestro Plan de Marketing de promoción turística de Canarias basado en una estrategia de diversificación de mercados y de clientes,

especializando nuestra promoción en función de la profundización en el conocimiento de nuestros clientes y de sus motivaciones. Dentro de nuestra política de promoción es importante resaltar que Islas Canarias es la marca turística española más reconocida en los certámenes publicitarios nacionales e internacionales con 26 galardones obtenidos desde 2015. Junto a ello, y como balance de nuestro primer año de gestión también puedo apuntarle que se ha dado un impulso fundamental a la conectividad a través del Fondo de Desarrollo de Vuelos. Desde abril de este mismo año hasta marzo de 2017, se habrán establecido más de 150 nuevas rutas áreas regulares hacia las islas, hasta alcanzar una total cifra cercana a las 850 rutas y 150 aeropuertos conectados de manera directa con el Archipiélago, un trabajo muy importante para garantizar la afluencia de turistas. También estamos trabajando en la modificación de nuestra normativa turística para lograr su simplificación y adaptación a estos nuevos tiempos.

**-¿Hemos aprovechado los buenos tiempos para ser más competitivos?**

-Sin lugar a dudas, la difícil situación que se vive en otros países, y que nosotros lamentamos profundamente, ha motivado que los turistas se decanten por nuestro destino turístico, pero considero que esta no es la única ni principal razón. El buen momento por el



Lorenzo hace un balance positivo de su primer año de gestión.

**“ Desde abril de este mismo año hasta marzo de 2017, se habrán establecido más de 150 nuevas rutas áreas regulares hacia las islas, hasta alcanzar una total cifra cercana a las 850 rutas y 150 aeropuertos conectados de manera directa con el Archipiélago”**

que atraviesa el sector turístico en las Islas está basado sobre todo en el fomento de la conectividad. La capacidad aérea en línea regular crecerá en Canarias, entre abril de este año 2016 y marzo del próximo año, en casi 2,7 millones de plazas,

más de un 17% interanual. En la Isla de Lanzarote, concretamente, destaca la apuesta de las aerolíneas por las conexiones con Alemania. La compañía Germania tiene programados vuelos regulares a Bremen, Dresden, Muenster, Nuremberg y Rostock; y Sunexpress aterriza en la isla desde Colonia, Frankfurt, Dusseldorf, Hannover, Munich, Paderborn y Stuttgart, además de Eurowing, con vuelos a Dusseldorf, y de Ryanair a Berlín. Otras rutas atractivas que comienzan a volar con Lanzarote son Budapest y Katowice ambas operadas por Wizz Air, Zúrich con Vueling y Thoulouse , a través de Jetair. Desde el pasado mes de abril y hasta marzo del próximo año, Lanzarote dispondrá de 16.850 vuelos, con un total de 3.247.205 plazas, lo que implica un incremento del 17,5%, y 483.574 plazas más.



## CLÍNICA PLATA Y REGUERA

C/Ruperto González Negrín, nº 3, 2ºA. Arrecife.  
Tel. 928 800 383 / 928 811 887

C/Alfonso XIII, nº 64. Puerto del Rosario.  
Tel. 928 532 034



## Odontología avanzada

Clínica dental especializada en:

- Diseño digital de sonrisa
- Diagnóstico radiológico en 3D
- Micro-odontología
- Escáner dental
- Cirugías guiadas

[www.clinicaplatayreguera.com](http://www.clinicaplatayreguera.com)



-La modernización de las infraestructuras y la mejora de la oferta de ocio eran algunas de las asignaturas pendientes... ¿se ha avanzado al respecto?

-Uno de los objetivos de este Gobierno pasa por la rehabilitación y modernización de zonas que, con el paso de los años, se han quedado obsoletas. Esta Consejería gestiona 17 millones de euros destinados a actuaciones en materia de reconversión de destinos maduros, con el objetivo de adaptar los espacios y zonas públicas de uso turístico a las nuevas exigencias de los turistas, primando la creación de espacios eficientes, accesibles, estéticos y en consonancia con el entorno medioambiental; asimismo, también invertimos en actuaciones destinadas a mejorar infraestructuras relevantes para la prestación de servicios básicos para turistas y residentes. Por otra parte, uno de los aspectos que puede mejorar nuestra competitividad es, precisamente, ampliar la oferta de activi-

**“ Uno de los objetivos de este Gobierno pasa por la rehabilitación y modernización de zonas que, con el paso de los años, se han quedado obsoletas”**

dades relacionadas con el ocio, la cultura y el deporte, que se pueden llevar a cabo al aire libre durante prácticamente los 365 días del año debido a nuestro buen clima, y que ofrece aún campo de crecimiento muy significativo. El Gobierno de Canarias facilita las condiciones para la puesta en marcha de iniciativas privadas que aportan una variada oferta de ocio y tiempo libre a nuestro destino turístico, como eventos y experiencias deportivas y de índole cultural, que no sólo enriquecen nuestro producto turístico y nuestro nivel de competitividad, sino que proyectan el nombre de Canarias internacionalmente. Hablo, por ejemplo del Iroman, de

## "Nuestro principal reto sigue siendo mejorar el empleo"

-¿Cuáles son, en su opinión, las necesidades y exigencias del turista del siglo XXI? ¿Estamos preparados para afrontarlas?

-A nadie se le escapa que el mundo ha evolucionado de una forma muy rápida en los últimos tiempos. Ya la información llega a todos lados en cuestión de segundos y, efectivamente, es fundamental adaptarnos a las exigencias del turista del siglo XXI. Considero que desde el Gobierno de Canarias hemos sabido impulsar la adaptación a estos cambios, de forma que le demos al visitante todas las facilidades posibles a la hora de conocer lo que puede encontrar en nuestro destino turístico. Pero además de adaptarse al turista, cualquier negocio turístico, y por supuesto también las empresas que conforman el sector en Canarias, tiene que avanzar tanto en la digitalización como en su eficiencia energética. Según estimaciones de diversas empresas de este sector, el ahorro energético

podría reducir hasta en un 10% el gasto de las explotaciones turísticas en este concepto, mejorando por tanto su competitividad.

-¿Qué retos seguimos teniendo por delante?

-Uno de los retos fundamentales pasa por la simplificación de nuestra normativa turística logrando que se más ágil y aporte mayor seguridad a nuestro sector turístico. Además, en materia de infraestructuras estamos preparando un ambicioso plan 2017-2020 que supondrá un impulso definitivo para Canarias. Y por supuesto, el principal reto de este Gobierno es mejorar el empleo y desde turismo seguimos trabajando para que sus beneficios se extiendan al resto de los sectores económicos y se traduzca en una reducción clara de nuestras cifras de desempleo, un impulso que el turismo está dando desde hace años, pero que aún tiene un largo recorrido.

los Mundiales de Surf, del Festival Internacional de Música de Canarias y una lista interminable de eventos que llenan todos los días del año. Otro ejemplo claro lo tenemos en el Museo Submarino de Lanzarote, inaugurado el pasado 31 de enero. Se trata del primer museo subacuático de Europa que ya está aportando un valor importante al destino turístico de Canarias. Este Museo se une, además, a la amplia oferta de los Centros Turísticos de Lanzarote.

**-¿Beneficiará al sector la Ley del Suelo?**

-La futura Ley del Suelo, una de las grandes apuestas de este Gobierno, debe suponer un avance importante en el objetivo de clarificar la normativa y agilizar los proyectos viables. Se trata, como ya ha reiterado el presidente del Gobierno de Canarias, Fernando Clavijo, de una ley sobre la calidad y no sobre la cantidad. Me gustaría recordar que, con esta normativa, el control de legalidad queda en manos de cada administración responsable: local, insular o autonómica. Es un principio de eficiencia normativa, con plenas garantías jurídicas.

**-Son muchos los empresarios que piden que se aplique realmente la Ley del alquiler vacacional en las zonas turísticas, mientras que muchos afectados protestan por haber quedado fuera de la normativa...**

-La Consejería que presido encargó tres informes sobre el alquiler vacacional cumpliendo, de esta forma, con el compromiso adquirido de poner al servicio de los agentes del sector turístico, públicos y privados, y de toda la ciudadanía en general, datos fidedignos que nos permitiera en Canarias situar esta modalidad alojativa en su correcta proporción cuantitativa, cualitativa y social. Así, este estudio concluye que del total de turistas que llegó a Canarias en 2014, 12.990.963, un 9,6% de ellos se alojaron en régimen de alquiler vacacional lo que supone 1.251.795 turistas. En cuanto a la oferta, cifra en 28.188 las viviendas vacacionales con un total de 121.847 camas, lo que supone un 22,34% sobre el total de la oferta del alojamiento que se sitúa en 545.393 camas. En lo que respecta a Lanzarote, 6.148



viviendas de alquiler vacacional se sitúan en esta isla. Además, son 28.065 las camas destinadas a la vivienda vacacional, lo que representa un 27,98% sobre el total de camas regladas de Lanzarote. Yaiza es el municipio que más viviendas vacacionales concentra con un total de 1.865. En cuanto al precio medio de la vivienda vacacional, en Lanzarote asciende a 106,62 euros por noche. Hemos mantenido en las últimas semanas numerosas reuniones para presentar estos informes a los cabildos, ayuntamientos y agentes del sector turístico, así como para recoger las diferentes posturas y criterios en torno a la regulación del alquiler vacacional documento que será trasladado nuevamente al sector público y privado para, siempre desde el consenso, elaborar una propuesta de modificación del decreto que regula la vivienda vacacional en Canarias.

## Estrategias

**-¿Qué estrategia seguirá el Gobierno para traducir los datos de alta ocupación turística en creación de empleo y la mejora en la calidad de los mismos?**

-El sector turístico lleva varios años siendo el más dinámico en cuanto a la generación de empleo, como demuestran mes tras mes los datos de afiliación a la seguridad social, por lo que se puede afirmar que el incremento de la afluencia de turistas está teniendo una incidencia positiva en el empleo. Ahora bien, es cierto que el estancamiento del sector en los primeros años de la crisis, hasta su reactivación a partir de 2011, provocó importantes ajustes de plantilla y salarios en el sector. Y cinco años después, este crecimiento de empleo que se ha producido debido al notable incremento del número de visitantes hasta alcanzar cifras récords, no ha llevado a una recuperación de las condiciones laborales en proporción al crecimiento de la rentabilidad. Creemos que es necesario reabrir las negociaciones entre empresarios y trabajadores para pactar unas relaciones laborales adaptadas a este nuevo período. Además, se sigue trabajando por mejorar los resultados con iniciativas que extiendan la alta ocupación turística al resto de sectores productivos de nuestra economía, con objeto de reducir las cifras de paro, objetivo prioritario de este

Gobierno. Debe tenerse en cuenta que el sector alojativo genera sólo el 20% del empleo turístico. El resto, se localiza en la oferta complementaria (restaurantes, alquiler de vehículos, gestión de actividades turísticas, proveedores de hoteles y restaurantes, empresas de ocio, excursiones, agencias de viaje, etc.), que como he señalado anteriormente ofrece un margen de crecimiento y representa por tanto un nicho de creación de empleo desde la actividad emprendedora.

Por otro lado, en materia de mejora de la cualificación profesional, se está desarrollando un Plan de Formación y Aprendizaje para el Turismo 2016-2020, que incluirá proyectos, acciones y objetivos concretos en formación profesional, formación en idiomas, programas de intercambio formativo, formación de posgrado y formación específica. Como pasos previos se han elaborado y se pondrán en marcha de manera inmediata tres proyectos: programa 'Gana Formándote', de formación dual en las empresas, bajo el modelo y apoyo teórico de Hecansa; cualificación de personal ocupados y desocupados que cuentan con experiencia profesional en el sector, pero que carecen de un título que acredite dicha experiencia; y actualización y especialización del personal ocupado, dirigiendo a aumentar conocimientos.

