

Lanzarote al desnudo

Con una salud desde el punto de vista turístico cada vez mayor, la isla de los Volcanes se mostrará en todo su esplendor en FITUR 2017



La Geria, un lugar idílico por su característico paisaje.

Los datos lo confirman un año más, el sector turístico lanzaroteño rebosa salud, el número de visitantes continúa creciendo, y la oferta alojativa, gastronómica, cultural, deportiva y de ocio es cada vez de mayor calidad. Esta realidad tangible no es casual, es fruto del trabajo de numerosos profesionales que son conscientes

de que el turismo es el principal motor económico de la isla y de que su obligación es mimarlo, cuidarlo y mejorarlo. Para mostrar todas esas mejoras, todas las propuestas y para dar a conocer todo lo que puede ofrecer Lanzarote, el Cabildo y la mayoría de los ayuntamientos de la isla acudirán a Fitur 2017 este mes de enero.

M.A.C.

Fotos: Jesús Betancort / Cedidas

■ El turismo va bien y, si nada se tuerce, aún irá mejor. Los responsables del sector turístico insular lo tienen claro pero también son conscientes de que éste éxito no es casual, sino el fruto de muchos

años de trabajo y de la firme intención de continuar haciendo las cosas bien. Lanzarote tiene muchos atractivos que ofrecer pero la clave siempre ha estado es saber mostrarlos, Fitur supone un año más un escaparate al que resulta obligado acudir para que tanto potenciales turistas, como turooperadores, em-

presas y profesionales del sector conozcan esta oferta.

Arrecife

En el caso de Arrecife, el concejal de Turismo, Rafael Juan González, lo tiene muy claro. «Las ciudades turísticas se dividen en tres grupos de elementos. El pri-



El Gran Hotel es todo un símbolo de la bahía capitalina.

mero lo forman el patrimonio, BIC, playas, eventos, museos, etc; el segundo, el alojamiento, restauración y transporte; y el tercer grupo de elementos está formado por los modelos de gestión. Arrecife es una ciudad turísticamente privilegiada a su manera. Tiene cada uno de los elementos que conforman un sistema turístico y se trabaja sobre cada uno de ellos sin dejar de lado al otro», señala. «Gracias a su conexión por mar, nos llegan anualmente un número importante de cruceristas que se ha ido incrementando con el tiempo; un aspecto de vital importancia para la ciudad del que se benefician los distintos sectores del transporte, del ocio, la restauración, etc. Éste quizás sea uno de nuestros puntos más fuertes».

Esta legislatura ha sido bastante positiva. «Se está intentando trabajar con cada uno de los elementos del sistema turístico. Desde el punto de vista patrimonial, hemos hecho una apuesta muy importante, dando valor a la figura de César Manrique en la ciudad; algo que hasta ahora había pasado desapercibido. En esta línea estamos colaborando con la Fundación César Manrique en la restauración de obras públicas en las que intervino nuestro artista más universal, restauración de murales, etc», indica. «Otro aspecto importante a tener en cuenta sobre el Patrimonio arrecifeño es la puesta en funciona-

“Arrecife es una ciudad turísticamente privilegiada a su manera. Tiene cada uno de los elementos que conforman un sistema turístico y se trabaja sobre cada uno de ellos sin dejar de lado al otro”

miento de la Casa de la Cultura donde se dispondrá de una sala de exposiciones del artista, además de otras obras a exponer. Así crearemos en Arrecife la Ruta de César Manrique, que sin duda le dará a la ciudad un plus de calidad tanto en el aspecto turístico como en el cultural e incluso en el social».

La reapertura del Castillo de San Gabriel es otro de los logros a tener en cuenta, «así como todo el trabajo que hemos realizado en paisajes y playas, dotándolas de duchas para los usuarios y haciendo una inversión muy importante en El Reducto con la contratación de un servicio de vigilancia, wifi y la adaptación de las rampas para facilitar el acceso a la playa a personas con movilidad reducida. Igualmente con la zona del balneario», explica el edil, entre otros muchos aspectos como la propuesta de adjudicación del bar cafetería y

para el quiosco de cristal o la del servicio de dos trenes turísticos que circularán por Arrecife. «En cuanto al ocio, no cabe duda de que Arrecife ha incrementado su actividad lúdico-cultural en un elevado porcentaje. Así, hemos consolidado eventos como la Feria de la Tapa, Un piano y 200 velas, Concierto Homenaje a Alfredo Kraus, Concierto en Vela o el Festival Arrecife en Vivo, que obtuvo el premio al mejor festival de pequeño formato de toda España en los Iberian Festival Awards y que ahora está nominado para la edición de 2017, al mejor festival de mediano formato y mejor promoción turística», asegura. «Arrecife cuenta además con eventos deportivos de gran relevancia turística. Hablamos de la Ocean Lava o la Disco Night Urban Race, entre otros».

El edil capitalino asegura que «la principal meta que nos hemos marcado es que el turista que llegue a Lanzarote pase como mínimo un día en Arrecife. Para ello, se ha pensado en varias acciones de promoción interna en la isla, en los diferentes puntos de información turística, hoteles, apartamentos, empresas de alquiler de coches, etc. Hemos comenzado a ordenar los servicios desde dentro de casa, suma nuevos complementando los que había y preparar todo para que el visitante que llegue a Arrecife disfrute de los elementos que le ofrecemos».



Los Jameos del Agua, una de las joyas de la corona de los Centros Turísticos.

Tías

Amado Vizcaíno, concejal de Turismo de Tías, destaca de manera especial un cumpleaños que les enorgullece y es que «La Tiñosa cumple cincuenta años como destino turístico y debemos sentirnos muy orgullosos», asegura. «Son miles los turistas de todas las partes del mundo que cada año eligen nuestro municipio para disfrutar de sus vacaciones y además contamos con un elevado porcentaje de turistas que repiten su estancia aquí. De hecho, Puerto del Carmen se convierte cada verano en el principal destino turístico de toda España». «Sin duda, los puntos fuertes de nuestro municipio son nuestras playas, el microclima que existe, la tranquilidad, su lugar estratégico en la isla, la amplia oferta comercial, de restauración y de ocio que tenemos. Pero también cada vez son más los turistas que vienen por las excelentes condiciones que tenemos para la práctica de deportes de todo tipo, especialmente los náuticos, como el buceo. En el municipio de Tías, en la Playa Chica, en la zona de la Barrilla, tenemos uno de los fondos marinos más espectaculares de toda Europa», apunta Vizcaíno. «Los pueblos del interior, nuestras nuevas rutas de sendero, nuestra rica gastronomía, la cultura, el patrimonio,

“ Puerto del Carmen se convierte cada verano en el principal destino turístico de toda España». «Sin duda, los puntos fuertes de nuestro municipio son nuestras playas, el microclima que existe, la tranquilidad, su lugar estratégico en la isla, la amplia oferta comercial, de restauración y de ocio que tenemos”

nuestras fiestas, como el Carnaval, Distinguido del Turismo de Lanzarote en el año 2015, pero sobre todo, nuestra gente, humilde, cercana y familiar, son otros de nuestros puntos fuertes».

Para el edil en materia turística, «Puerto del Carmen está siendo pionera y un ejemplo para toda Canarias con respecto al proceso de renovación y modernización que está llevando a cabo. En los últimos años, se han desarrollado los Planes de Modernización y Renovación Turística y han sido muchos los hoteles y complejos de apartamentos que han invertido para mejorar

sus instalaciones, apostando por la calidad y la competitividad», afirma. «Asimismo, desde el gobierno municipal hemos impulsado un ambicioso Plan de Inversiones en obras y mejoras en nuestros espacios públicos con una inversión que supera los seis millones de euros. Después de medio siglo, podemos decir que Puerto del Carmen avanza con paso firme hacia la modernización, lo que nos hará, sin duda, más competitivos».

En cuanto a las apuestas futuras, Vizcaíno asegura que «los excelentes datos turísticos de Puerto del Carmen, con más de un 90% de ocupación, son un magnífico síntoma. Sin embargo, debemos lograr que el turista que nos visita gaste más dinero en el destino para que realmente repercuta en nuestra economía local y se generen nuevos puestos de trabajo», advierte. «Evidentemente, nuestra principal meta es la creación de empleo, y para ello, desde la administración pública debemos continuar trabajando en propiciar aquellas condiciones que permitan generar nuevos puestos de trabajo, como son la reducción de impuestos para la pequeña y mediana empresa, las excepciones fiscales a la hora de abrir o remodelar un negocio», y añade. «Sin duda, nuestro mayor objetivo es mejorar la calidad de vida de todos nuestros vecinos y que el



Rafael Juan González, concejal de Turismo de Arrecife.

municipio cuente con unas infraestructuras públicas acordes con el siglo XXI. La limpieza, la seguridad, el embellecimiento de todos los pueblos, los parques infantiles, las instalaciones deportivas, la dinamización de los mayores, la apuesta por la cultura, también son nuestras prioridades».

Teguise

Antonio Callero, concejal de Turismo de Teguise destaca como fortaleza «en primer lugar, el posicionamiento de la marca Teguise en el segmento deportivo, especialmente con el impulso de las escuelas náuticas, que han logrado que nuestro municipio sea un lugar puntero en Europa para la práctica del windsurf en Costa Teguise y el surf en Famara», enumera. «Un punto importantísimo a destacar es que la planta alojativa de Costa



Lanzarote es sinónimo de tranquilidad y relax.

Teguise se está regenerando gracias a los planes de modernización y al esfuerzo inversor de las cade-

“Son miles los turistas de todas las partes del mundo que cada año eligen nuestro municipio para disfrutar de sus vacaciones y además contamos con un elevado porcentaje de turistas que repiten su estancia aquí”

nas, lo cual ha mejorado nuestra imagen como destino, además de ofrecer un valor añadido al tradicional reclamo de sol y playa, como es la riqueza de nuestro patrimonio, tan apreciable en el casco histórico de Teguise», y añade. «La Villa de Teguise es un espacio mágico al que cada vez se le da más contenido cultural, y que alberga puntos de interés turístico como es el Museo de la Piratería, la Casa Museo del Timple o el Convento Santo Domingo, con un plan de eventos y conciertos que permite a residentes y turistas conocer



ELECTRISOL CANARIAS, S.L.

SUMINISTROS DE MATERIALES
ELÉCTRICOS E ILUMINACIÓN,
EQUIPAMIENTO COMERCIAL E
INDUSTRIAL DE MAQUINARIA Y
MOBILIARIO PARA HOSTELERÍA Y
ALIMENTACIÓN.



SOMOS ESPECIALISTAS EN
ILUMINACIÓN LED

*Electrisol Canarias,
la imagen de un líder.*

C/ Escotilla, 30 y 32 - Arrecife. Teléfono: 928 81 11 92



más de nuestra propia cultura. Y, por supuesto, lo que hace a nuestro municipio tan diferente y especial es contar con la octava isla canaria, nuestro pequeño gran paraíso. Sin duda, la isla de La Graciosa ha sido, es y seguirá siendo ese lugar donde todos desean disfrutar de la naturaleza más salvaje y espectacular de toda Canarias». «Si todo esto, lo aderezamos con los productos gastronómicos más nuestros, que se cultivan y tratan con mucho cariño y mimo por parte de los agricultores y que se ha puesto aún más en valor con el Festival Saborea Lanzarote, obtenemos un buen cóctel en el que se combina el buen clima, el magnífico ambiente, la seguridad, la belleza natural, la cultura y la gastronomía, esta última enriquecida gracias a la apuesta de todo la red de establecimientos de Teguise, que están volcado en ofrecer al cliente el mejor producto, que no es otro que el que nace de nuestra tierra», concluye.

Pese a todo, y como resultado lógico para un municipio ambicioso, aun queda mucho por lograr. «La lucha contra el todo incluido de la



El turismo de cruceros sigue sumando adeptos.

mano del sector en base a informar y promocionar la gran cantidad de atractivos que presenta el municipio, mencionados anteriormente, con el objetivo de conseguir el mayor consumo posible dentro de Teguise, que redunde en mayor beneficio para nuestros restauradores, comerciantes y em-

presas de servicios», afirma. «Y, por supuesto, seguimos trabajando en el posicionamiento de Teguise como un lugar de práctica deportiva y de perfeccionamiento profesional, para lo que levantaremos nuevas instalaciones municipales, que vayan de la mano del esfuerzo de mejora de las infraestructuras

Propuestas para Fitur

Un año más Lanzarote prepara sus mejores armas de cara a Fitur. La edición 2017 de la feria, resulta fundamental para el Gobierno de Canarias, el Cabildo de Lanzarote y los siete municipios conejeros. De hecho, Fitur es cada año un punto de encuentro fundamental para los profesionales del sector, compañías áreas y touroperadores y resulta fundamental para el buen funcionamiento del sector el resto del año. En 2017 se incidirá desde el Cabildo en los clubes de producto y en el Museo Submarino, que ya estará en pleno funcionamiento cuando se celebre la feria. En este sentido, Arrecife destaca entre el material que llevará a la geria una tarjeta pen-drive que se entregará a los touroperadores y que lleva insertadas imágenes de Arrecife, even-

tos que se desarrollan en la ciudad y un vídeo promocional de la misma, así como un calendario de eventos, destacando festivales como Arrecife en Vivo, entre otros muchos. En el caso de Tías, se llevará numeroso material publicitario de Puerto del Carmen, así como el cartel anunciador del Carnaval 2017 y el dossier del 50 Aniversario de Puerto del Carmen como destino turístico. Teguise destaca su web de Turismo como escaparate al mundo, así como su agenda de actividades culturales, deportivas y de ocio en formato digital y un vídeo promocional de la prueba deportiva Famara Total, que incluye el acuerdo con un canal deportivo para su promoción para el 2017. Haría apuesta fuerte por el proyecto Caminando Haría, que incluye una guía de senderos y

paseos por cada uno de los pueblos del municipio, así como un vídeo promocional y una web de turismoharia con imágenes para enseñar al mundo que Haría es un municipio para visitar y volver. Desde Yaiza se continúa trabajando para mejorar en todos los aspectos y llevarán a Fitur los nuevos y perfeccionados mapas de senderismo Los Ajaches, en los que se trata de dar a conocer una manera diferente de visitar, disfrutar y descubrir Yaiza. Además también se dará a conocer el cartel del Carnaval de Playa Blanca y el calendario de deportes, que cada vez va tomando mayor repercusión en el municipio. En cuanto al municipio de Tinajo, también llevará a Fitur su oferta de senderos y actividades deportivas y de ocio, aspectos cada vez más relevantes en la isla.



de la planta alojativa».

Se han conseguido muchas de las propuestas que el Ayuntamiento se había impuesto. «Uno de los hitos que yo destacaría es la unión del sector privado con la administración pública, que nos ha hecho caminar de la mano en los últimos

“ Sin duda, la isla de La Graciosa ha sido, es y seguirá siendo ese lugar donde todos desean disfrutar de la naturaleza más salvaje y espectacular de toda Canarias”

años, con la realización de encuentros anuales como el de Amigos de Costa Teguise, reuniones que han promovido el trabajo conjunto para emprender diversas iniciativas. Asimismo, la relación con lo tourperadores, las cuales consideramos ahora fluidas y coordinadas a través de distintos canales», explica. «Otro logro es la apuesta que se hizo con el turismo francés y, en especial, con el touroperador Talahaso 1, que ha permitido ser uno de los destinos preferidos por ese mercado. Además de la promoción de las pruebas deportivas que posicionan a Teguise como

una marca referencia para la práctica del deporte, la feria de bodas y eventos, más las acciones puntuales para este nicho de negocio que hace al municipio un lugar deseado para estas ceremonias revitalizando la economía del sector

La apertura y profesionalización de web y redes sociales en varios idiomas, como nuevos canales de promoción, así como la obtención de certificaciones con planes de calidad que hemos logrado. En este sentido, el trabajo de encuestistas al cliente ha permitido ver el grado de satisfacción».

San Bartolomé

Isabel Sosa, concejal de Turismo de San Bartolomé, destaca como puntos fuertes del municipio su patrimonio histórico y artístico, dentro del que destaca la Casa Cerdeña, la Casa Ajei, el Molino de Don José María Gil, también la Casa Mayor Guerra, la Iglesia o parroquia de San Bartolomé, la Plaza León y Castillo y el Museo Tanit. No son los únicos museos del municipio que cuenta también con la



ADOPTA A UN AMIGO





Casa Museo del Campesino y el Monumento a la Fecundidad y el Museo del Vino El Grifo.

Sosa recuerda que San Bartolomé tiene además una serie de rutas que lo hacen ideal para visitar el municipio haciendo turismo y conociendo sus diferentes atractivos. Entre estas rutas, la del Jable, la de Juan Bello, la Ruta de Montaña Blanca, la Ruta de las Maretas de Guatisea, la de El Cabezo (Montaña Blanca- La Florida) y la Ruta Chimida (San Bartolomé- La Florida). «Además tenemos excelentes alojamientos y fincas rurales y una localidad como Playa Honda y Avenida de las Playas, a lo largo de la cuál hay numerosos restaurantes, donde degustar nuestra gastronomía», asegura.

“ San Bartolomé tiene además una serie de rutas que lo hacen ideal para visitar el municipio haciendo turismo y conociendo sus diferentes atractivos”

Sosa destaca como los puntos fuertes de lo realizado en la presente legislatura la guía turística «San Bartolomé para descubrir», las obras de mantenimiento de la Casa Mayor Guerra y la obra de creación de Merendero Municipal, que continúa ejecutándose en la actualidad».

Como metas pendientes quedan en el tintero la realización del mercado mensual artesanal, agrícola y ganadero, la red turística de museos municipal (museo itinerante Casa Mayor Guerra, museo Tanit); el mapa de las zonas de interés del municipio, es decir «zonas comerciales, de ocio, información guaguas y taxis que pretendemos repartir por los distintos comercios y demás puntos de San Bartolomé».

Haría

Soraya Brito, concejal de Turismo de Haría, asegura que «cuando hablamos de turismo y hablamos



El océano baña toda la costa lanzaroteña y la convierte en lo que es.



Elisabeth Olivero, concejal de Turismo de Tinajo.



Isabel Sosa, concejal de Turismo de San Bartolomé.

del municipio de Haría hay tres pilares importantes: espacios naturales, espacios rurales y agrícolas y nuestra cultura», señala. «Somos un pueblo arraigado a la tierra, con la artesanía en nuestras manos y un enclave increíble dentro de Geoparque Lanzarote. Nuestra costa es de las más bonitas y espectaculares de Canarias y los harianos lo saben muy bien, compartiendo con el visitante las maravillas que ofrece el norte de Lanzarote».

Los logros son tangibles aunque queda mucho por hacer. «Con un largo camino que recorrer, estamos intentando asentar las bases

para que el empresario que apuesta por Haría crea que tenemos mucho que ofrecer al turista que nos visita», señala. «El trabajo en equipo es fundamental para que los proyectos que salen desde esta institución pública no se queden en actos puntuales y podamos crecer en intenciones, en trabajo y en proyectos futuros. Con pequeños pasos y abriendo poco a poco las puertas a grandes proyectos, en unos meses comenzaremos a recoger los frutos y a conseguir los objetivos que nos hemos planteado, siendo muy conscientes de que somos Haría y, aún siendo un pue-



Olga Caraballo, concejal de Turismo de Yaiza.

principal zona turística del municipio, donde prima la combinación marinera con el desarrollo turístico, ofreciendo unas de las más actualizadas infraestructuras», señala. «Contamos con una amplia y diversa llegada de turistas, desde turismo de playas, hasta turismo deportivo, turismo familiar, turismo de mascotas, lo cual nos convierte en un destino versátil apto para todos los segmentos de edad y gustos».

Las infraestructuras se han ido mejorando en los últimos años, pero no todo está hecho. «Debemos continuar en la vanguardia, ejecutando planes de mejoras y equipamientos de las playas de nuestro municipio, Flamingo y la Playa del Pueblo, esta última cuenta con bandera azul. Dichas playas



blo no turístico tenemos un producto de calidad que ofrecer a un turista que busca más allá del todo incluido».

Yaiza

Olga Caraballo, concejal de Turismo de Yaiza destaca como una de las grandes bazas de su municipio su climatología. «Gozamos de buenas temperaturas durante todo el año y esto es uno de los reclamos para alojarse en nuestro municipio. Además, cabe subrayar muchos otros aspectos, pues cada uno de los pueblos que constituyen nuestro municipio, mantienen su esencia, convirtiéndose en un reclamo de nuestros visitantes.

Playa Blanca en este caso es la

mos de buenas temperaturas durante todo el año y esto es uno de los reclamos para alojarse en nuestro municipio. Además, cabe subrayar muchos otros aspectos, pues cada uno de los pueblos que constituyen nuestro municipio, mantienen su esencia, convirtiéndose en un reclamo de nuestros visitantes.

Playa Blanca en este caso es la

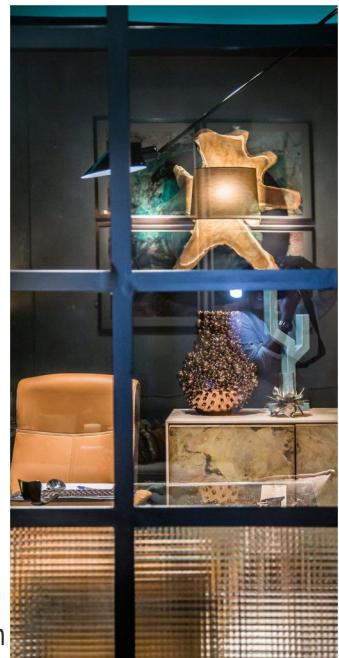


C/. RUBICÓN 160,
SAN BARTOLOMÉ
LANZAROTE

928 521413

www.pabloramosbaldi.com

estudiopabloramosbaldi@gmail.com





han sufrido notables mejoras, como disponer ambas de sillas anfíbias, socorristas, entre otros servicios».

La edil explica que es preciso destacar, por otro lado, «que nos encontramos en la era de la tecnología, por ello siempre procuramos evolucionar para no quedar obsoletos, desde Turismo se desarrolla una página web, en la cual se comenzarán a ejecutar mejoras en breve, para adaptarnos a los cambios que va sufriendo la demanda, pues Yaiza es u

“ Tinajo cuenta en su territorio con el Parque Nacional de Timanfaya, un sitio que le da una caracterización especial a la isla de Lanzarote, y que tenemos la suerte de observarlo en casi cualquier recorrido por nuestro municipio”

Tinajo

La concejal de Turismo de Tinajo, Elisabeth Olivero, destaca el encanto rural de su municipio. «Nuestros paisajes han sido labrados a lo largo de los siglos con el duro trabajo de los antepasados. Tinajo, por su peculiar orografía es fuertemente azotada por la llegada de los vientos Alisios. Por ello el cultivo agrícola se hace, si cabe, aún más complicado. Para remediarlo y proteger los frágiles cultivos de la parra y de las higueras, los agricultores dotan de unos muros de abrigo tanto a la finca como al propio cultivo. Estos muros se realizan de piedra dándole una imagen muy peculiar y apropiada para el entorno volcánico que rodea el municipio. El que exista agricultura en Tinajo se debe al ingenio y a la fuerza de voluntad de los mismos isleños», señala la edil.

Además apunta «el atractivo del municipio para la práctica del deporte al aire libre. El nombre de



El recorrido por las Montañas del Fuego es obligatorio para todos los turistas que deseen conocer bien la isla.



Soraya Brito, concejal de Turismo de Haría.



Antonio Callero, concejal de Turismo de Teguise.

Tinajo, en estos tiempos está ligado a la práctica deportiva, al contar con uno de los Hoteles especializados en el acogimiento de turistas deportistas, con unas instalaciones de primer orden», señala. «Además Tinajo cuenta en su territorio con el Parque Nacional de Timanfaya, un sitio que le da una caracterización especial a la isla de Lanzarote, y que tenemos la suerte de observarlo en casi cualquier recorrido por nuestro municipio».

Entre los logros destaca su cuidada «red de senderos municipales,

la limpieza del litoral, así como la mejora del tránsito de las carreteras. El municipio cuenta con unas instalaciones deportivas de primer orden, que si bien es cierto ya se encontraban realizadas, la Corporación está poniendo especial interés en el asentamiento y en la disponibilidad de estas para todas las personas que residen y transitan en nuestro pueblo», apunta. En cuanto a metas futuras, asegura que «Tinajo intenta diferenciarse de la oferta turística reinante en Lanzarote, mejorando y poniendo en valor, el turismo rural, turismo agrícola, y el turismo deportivo. Se desarrollarán planes estratégicos que se centrarán en conseguir dichas metas».

María Teresa Lorenzo, consejera de Turismo del Gobierno de Canarias

"Nuestro objetivo es conseguir que Canarias sea un destino integral sostenible y líder del mercado"



María Teresa Lorenzo, responsable del área de Turismo del Gobierno de Canarias.

Las cosas parecen ir bien en el sector turístico para Canarias, así al menos lo piensa María Teresa Lorenzo, consejera de Turismo del Ejecutivo Regional, que se muestra satisfecha de su buena marcha, no sólo por el incremento de la llegada de turistas a las islas, sino

por el aumento de la ocupación, de las pernoctaciones, de los ingresos y, sobre todo, por la creación de empleo. El Gobierno está trabajando bien y la consecuencia es la consolidación del liderazgo turístico de Canarias.

M.A.C.

Fotos: Jesús Betancort

■ -Para empezar, ¿qué balance haría, desde el punto de vista del turismo, del casi año y medio que lleva como consejera del área?

-Como logros conseguidos, la buena marcha del turismo en canarias en este año 2016. Buena marcha no sólo en la llegada de turistas, sino prácticamente en todos los indicadores, tales como ocupación, pernoctaciones, incremento de ingresos turísticos y,

por supuesto y lo que es más importante, de empleo. Son innegables los vientos de cola que han soplado a favor del turismo en las Islas, pero también detrás de este comportamiento tan favorable, hay numerosas acciones de este Gobierno enfocadas a la consolidación del liderazgo turístico canario, a la diversificación de mercados emisores y a la promoción segmentada por tipo de clientes y motivaciones.

-¿A qué acciones concretas se

refiere?

Me refiero a que estamos logrando la diversificación de mercados, potenciando la demanda en países como Italia, Francia, Rusia, Polonia, Hungría y recuperando otros que habían decrecido, como el nórdico y el peninsular. En términos de conectividad, se ha realizado un gran trabajo y hemos logrado la puesta en marcha de más de 150 nuevas rutas aéreas con Canarias desde abril de este año a marzo 2017 y de las que 31 conectan por



primera vez con Lanzarote. Lo que significa 1.366 nuevas operaciones al año con la Isla. En temas de formación, el principal logro de mi Consejería es la puesta en marcha del Plan de Formación y Aprendizaje, que contempla entre otras iniciativas la transferencia de la formación dual a las empresas, a través de un programa que permite a los jóvenes formarse mientras trabajan con un contrato remunerado. Además, y a efectos e promoción turística, hemos logrado que Islas Canarias sea la marca turística más premiada. En el último año hemos obtenido más de 30 galardones con iniciativas como el documental «La sonrisa del Sol», «Stop Blue Mondays» o el Video #Vaho, destacando en los certámenes no sólo por su creatividad sino, lo que es más importante, por su eficacia

-¿Y los logros por conseguir?

-Logros por conseguir, y en los que estamos ya trabajando, destacaría todo el tema de la normativa turística, fundamentalmente de cara a su simplificación y reducción de procedimientos, tanto de la actividad turística general, como de temas concretos como la vivienda vacacional, la residencialización en zonas turísticas o la restauración. También tenemos pendiente ejecutar el Plan de Infraestructuras Turísticas de Canarias, que estamos ya diseñando con los cabildos, y el proyecto del Plan Estratégico del Turismo de Canarias, un objetivo fundamental de legislatura, con el que pretendemos definir el modelo turístico que queremos para Canarias y en el que es irrenunciable el concepto de la triple sostenibilidad, medioambiental, social y económica. Queremos que éste sea un documento participado por todos, sector público y privado y agentes sociales y académicos.

-Presupuestariamente ¿cómo



Lorenzo está dispuesta a que Canarias se convierta en un destino sostenible integral.

“Estamos logrando la diversificación de mercados, potenciando la demanda en países como Italia, Francia, Rusia, Polonia, Hungría y recuperando otros que habían decrecido, como el nórdico y el peninsular”

se traduce esa gestión?

-Para el 2017 tenemos 82 millones de euros de presupuesto, 8 millones más que en 2016, de los cuales un 65% son para Turismo. Luego contamos con 53,2 millones para políticas turísticas, que en dos años y desde que asumimos el Gobierno, hemos aumentado en casi 6 millones de euros. Además, es de destacar que el presupuesto de toda la Consejería y los programas que lo integran se caracterizan por una importante transversalidad entre las áreas de Turismo, Cultura y Deportes.

-¿En qué se verá materializado este presupuesto?

-El compromiso de legislatura adquirido por este Gobierno con el turismo tiene un fin claro que ya he mencionado: contribuir a que Canarias sea un destino

integral sostenible, que extienda sus beneficios a toda la sociedad canaria y anticiparnos al futuro para que nuestras Islas continúen siendo un destino turístico líder. Los presupuestos se alinean con esta idea y se sustentan en cuatro ejes estratégicos: innovación, sostenibilidad, diversificación y valor añadido. A partir de ahí, el trabajo que estamos desarrollando desde esta Consejería viene marcado por los siguientes objetivos y su consiguiente gestión: renovar los espacios turísticos; reducir y simplificar las trabas burocráticas; mejorar la formación; incrementar de forma intensa la relación con el resto de actividades económicas; mejorar la conectividad; adaptar toda nuestra oferta al entorno digital; y ampliar la investigación y el conocimiento del cliente.

-Se habla mucho del modelo turístico canario, de hecho ustedes recientemente publicaban un libro en el que expertos universitarios analizan este asunto. ¿Qué elementos integran ese modelo que les gustaría implantar?

-Nuestra apuesta es la de trabajar junto con el resto de agentes públicos, privados y, por supuesto, académicos en la configuración de un modelo para las Islas que ponga en valor, frente a otros destinos competidores, nuestra identidad y nues-

tras fortalezas más destacadas como señas de diferenciación. Un modelo que alcance y potencie otros sectores económicos y que contribuya a una mayor integración productiva de la economía canaria, a través de la mejora de la experiencia de nuestros visitantes y su interacción con el territorio. Un modelo turístico más sostenible y adaptado a las exigencias de los nuevos tiempos, que potencie su capacidad tractora de empleo sin menoscabo de nuestros excepcionales recursos naturales y paisajísticos. Y, por supuesto, siempre aspirando a la máxima calidad en nuestras infraestructuras y servicios.

-En la era de internet y de la hegemonía de las redes sociales, ¿es realmente importante la presencia de Canarias en las ferias internacionales? ¿Por qué?

-Para nosotros, las ferias son una oportunidad única para reforzar el contacto con las instituciones y los profesionales del sector del país en el que se celebren. Son muy útiles para prever y cerrar acuerdos. Desde hace casi 20 años, Canarias está presente en las ferias turísticas más importantes del mundo: la World Travel Market (WTM), la Feria Internacional de Turismo (Fitur) y la Internationale Tourismus-Börse Berlin (ITB).

-Y, siguiendo con las tecnologías, ¿qué importancia tienen en la política turística canaria?

-La evolución del turismo en Canarias ha ido de la mano de los rápidos y contundentes avances tecnológicos y no nos hemos quedado atrás, muy al contrario: la profesionalización de la promoción es una de nuestras máximas y ello incluye la incorporación de las tecnologías en todo el proceso. Uno de nuestros objetivos es seguir avanzando en el conocimiento del cliente a través del Big Data y poder comunicarnos directamente con nuestros visitantes, conocer sus motivaciones e intereses para

“Hemos logrado la puesta en marcha de más de 150 nuevas rutas aéreas con Canarias desde abril de este año a marzo 2017 y de las que 31 conectan por primera vez con Lanzarote”

adelantarnos a sus deseos y aportarles un valor añadido a su experiencia. En este sentido, hemos avanzado en el desarrollo de un sistema propio de gestión de clientes (CRM) para la marca Islas Canarias, que nos está permitiendo establecer una comunicación directa y personalizada con más de 350.000 turistas. Por otro lado, casi todas las campañas de Islas Canarias son online y las redes sociales forman parte de nuestro día a día promocional. La tecnología avanza a tal velocidad que tenemos que adaptarnos con igual rapidez porque si no, nos quedamos fuera.

-En las últimas semanas hemos visto un esfuerzo especial (en Lanzarote) por recuperar el mercado alemán, ¿es uno de los objetivos?

-El turismo alemán ocupa el segundo lugar en el ranking de nuestros mercados internacionales con 2,8 millones de turistas, que representan el 21% del total y que llevan casi el 24% en facturación. Además, tiene una característica fundamental y es que se trata de un mercado transversal, puesto que tiene presencia destacada en todas las islas. A pesar del buen momento turístico por el que atraviesa el Archipiélago, es necesario realizar un esfuerzo especial para continuar manteniendo nuestra competitividad en el mercado alemán. En el caso de Lanzarote, y según los datos estimados por Promotur, se prevén buenos resultados en este país. Para la

actual temporada de invierno las aerolíneas han dispuesto casi 35.000 plazas regulares adicionales con Alemania, un 19,2% más que en el mismo periodo anterior, y para el verano 2017 se han sumado otros 33.000 asientos a lo ofertado el pasado verano, lo que podría suponer un incremento de un 16,1% de turistas germanos.

-¿A qué otros mercados poco habituales queremos llegar?

-El Gobierno de Canarias, a través de Promotur Turismo de Canarias, lleva a cabo una estrategia clara de mejora de la conectividad con el objetivo de diversificar y dar acceso a nuevos mercados emisores que reduzcan la alta dependencia que tenemos de nuestros cuatro mercados principales, que acaparan el 75% de los turistas que llegan a las Islas. Para ello creamos el Fondo de Desarrollo de Vuelos, un programa autorizado para Canarias por la Comisión Europea que permite el lanzamiento de rutas estratégicas entre los aeropuertos canarios y algunos de los países del entorno europeo. Hasta la fecha, se han adjudicado 18 nuevas rutas, que suponen un mercado potencial de 200.000 personas al año y de las que a Lanzarote se han asignado cuatro nuevas rutas con París, Roma, Budapest y Katowice. Todo este trabajo ha derivado en que estemos mejor conectados que nunca. Las nuevas líneas incluyen conexiones con mercados emergentes para el turismo canario, como Hungría y Rumanía, o de países en los que la falta de conectividad ha lastrado el desarrollo de los destinos canarios en esos mercados, como era el caso hasta ahora del francés, el italiano o el polaco.

-¿Sigue siendo la formación uno de los puntos débiles del sector?

-Sí, de ahí que nuestro esfuerzo esté centrado en la dignificación de las distintas profesiones en el



campo de la hostelería, facilitando los mecanismos necesarios para fomentar la ilusión de los jóvenes por el trabajo en hostelería y los servicios turísticos complementarios. Si queremos que el destino Islas Canarias siga destacando por su gran calidad, la formación y actualización de nuestros profesionales resulta esencial. Para ello hemos aumentado un 11,4% el presupuesto de la empresa pública Hoteles Escuela de Canarias, que cuenta con 3,5 millones de euros. En Lanzarote, este papel de formación lo lidera la Escuela Universitaria de Turismo, un centro al que aportamos 600.000 euros. Además, está en marcha el Plan de Formación y Aprendizaje para el Turismo 2016-2020, que pretende incrementar el empleo cualificado y de calidad, a través de la extensión de la formación dual a las empresas, que comienza ahora en enero, el reconocimiento profesional y la especialización de nuestros trabajadores.

-¿Cómo contribuye el sector turístico a la creación y recuperación de empleo en Canarias?

-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, pero eso no es suficiente y hay que seguir trabajando para que desde este sector se siga mejorando el empleo, a través del impulso de servicios al turista en áreas como la cultura, el patrimonio, la gastronomía, los eventos deportivos, etcétera, así como fomentar su capacidad tractora de otros sectores productivos de la economía canaria para que se generen en los mismos puestos de trabajo. Además, hay que propiciar la mejora en la calidad del empleo, tanto en salarios como en las condiciones laborales y en su estabilidad.



Canarias, y Lanzarote, van muy bien en el terreno turístico, pero Lorenzo sabe que siempre se puede ir a más.

“Para el 2017 tenemos 82 millones de euros de presupuesto, 8 millones más que en 2016, de los cuales un 65% son para Turismo”

-¿Ha incrementado su relevancia la gastronomía canaria, en el caso de Lanzarote con iniciativas como Saborea Lanzarote?

-Sí. La Consejería de Turismo, Cultura y Deportes trabaja en el concepto turístico «sol y playa plus», que sitúa a Islas Canarias como un destino con una amplia oferta complementaria dirigida al descubrimiento y disfrute de cada uno de los destinos insulares, y en el que la enogastronomía debe jugar un papel relevante. Sin duda, eventos como el Festival Enogastronómico de Saborea Lanzarote, tan arraigado y con tanto éxito, es un claro ejemplo de este plus de calidad que ofrecemos a nuestros visitantes. Con eventos de este tipo, en el que evidenciamos la riqueza enogastronómica de nuestra tierra, ponemos al Archipiélago en valor y lo diferenciamos de destinos competidores. En la línea de este objetivo estamos ultimando la puesta en marcha de la plataforma de comunicación

«Sibaritas modernos», destinada a aquellos visitantes cuya motivación principal es la exclusividad, el disfrute de entornos singulares, de la oferta cultural y, por supuesto, de la gastronomía.

-¿Cómo será este año la presencia en FITUR? ¿Qué objetivos nos hemos marcado y qué previsiones hay?

-Regresamos a una de las ferias más importantes del mundo con el llamativo pabellón de 1.500 metros cuadrados que fue premiado en la WTM de Londres por su marcado carácter audiovisual. Nuestra participación en Fitur servirá para promocionar nuestras distintas plataformas de comunicación dirigidas a los diversos segmentos de clientes con motivaciones específicas (naturaleza, deporte, descanso, familiar, LGTB, etcétera). El objetivo de este despliegue es seguir recuperando la ratio del turismo peninsular del año 2007, cuando 2,7 millones de visitantes nacionales elegían nuestro Archipiélago. El año pasado comenzamos a remontar nuestras cifras, logrando que llegaran 1,4 millones de visitantes de la Península. Desde entonces, seguimos cosechando datos positivos ya que el turismo peninsular ha crecido en Canarias y estimamos cerrar 2016 con cerca de 1,7 millones de visitantes.