

# CANARIAS7

Sábado, 19 de noviembre de 2022

SUPLEMENTO ESPECIAL

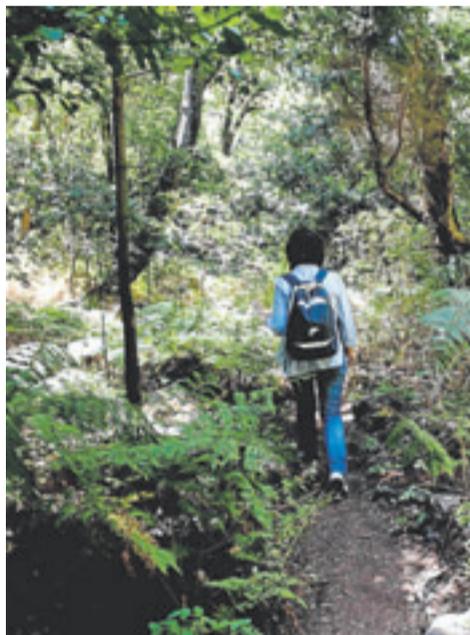
# En el puente de diciembre... Canarias



ARCADIO SUÁREZ



De izquierda a derecha, imágenes turísticas de Gran Canaria, Lanzarote, Fuerteventura y La Graciosa. c7



La oferta turística del archipiélago se distingue por la variedad. De izquierda a derecha, imágenes de Tenerife, La Gomera, El Hierro y La Palma. c7

## El lugar ideal para una escapada... tanto para el turista foráneo como para el local

El sol y la playa se convierten en el gran reclamo de las islas ante la campaña de invierno y el puente de diciembre

### CANARIAS7

**LAS PALMAS DE GRAN CANARIA.** Canarias recurre una vez más a la oferta de sol y playa que casi nadie más puede ofrecer en esta época del año en Europa para lanzar en 14 países su campaña 'Escapistas del invierno, bienvenidos a Islas Canarias', dirigida a turistas europeos que necesitan huir del frío y del encarecimiento de la factura energética que ha provocado la invasión de Ucrania. Pero esa escapada vale también para el turismo local, que mira al puente de diciembre como espacio temporal ideal para unas minivacaciones.

El Gobierno de Canarias tiene en marcha una acción promocional que se mantendrá hasta me-

diados de diciembre y se volverá a activar en enero, según adelantaron al presentarla recientemente la consejera del área, Yaiza Castilla, y la directora de Proyectos de Comunicación al Cliente Final y Profesional de la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias, Elena González.

Además desde las islas se ha lanzado otra iniciativa promocional dirigida a los ciudadanos europeos mayores de 55 años enfocada, en este caso, al turismo de larga estancia que espera que supere los 50 días en el destino y que se desplegará en Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, Bélgica, Noruega, Países Bajos, Suecia y España.

Castilla recordó que las islas recibieron unos 131.000 turistas 'silver plus' en 2019 y el objetivo es superar la cifra o mantenerla, e incrementar el gasto que efectúan en el destino, que ha pasado de los 2.866 euros de media por estancia a los 3.149 en 2021. La consejera precisó que aún

no dispone de datos de reservas para este invierno pero que el objetivo es llenar los siete millones de plazas aéreas que ofertarán las islas en estos meses, un 30% más que el año anterior a la pandemia.

En Canarias la llegada de este tipo de turistas que huye de los precios de los carburantes se ve con buenos ojos en general, aunque las expectativas son mucho mayores en el sector de la vivienda vacacional que en el hotelero y extrahotelero, básicamente por una cuestión de presupuesto.

El gerente de la Asociación Canaria de Alojamientos Vacacionales (ASCAV), Javier Martín, indica que a estas alturas del año ya no habría plazas disponibles, pero a pesar de «la gran incertidumbre» que afecta al sector el nivel de ocupación media para este último trimestre ronda el 70%.

Martín confía en que se acabarán «rozando» las cifras de otros años, pues muchas de las

reservas se cerrarán a última hora, algo que ha ido en aumento a partir de la pandemia de covid-19.

También fue a partir de la crisis sanitaria cuando se empezaron a registrar en las viviendas vacacionales de Canarias reservas cada vez a más largo plazo.

Y de esta casuística participan tanto los nómadas digitales como quienes previsiblemente se refugiarán en Canarias durante el invierno ante la escalada de precios de la calefacción, apunta el gerente de ASCAV.

Ya durante la pandemia se vio un incremento de las largas estancias, de hasta 60 días, en apar-

**El cliente, tanto el extranjero, el peninsular y el local, reclama ya la conectividad digital como requisito indispensable**

tamentos los británicos mayoritariamente, y en propiedades más exclusivas alemanes y nórdicos.

Estos últimos buscan «propiedades aisladas, tranquilas, y si es con jardín y piscina, mejor».

Este es un tipo de producto que tiene «casi plena ocupación» a lo largo del año en Canarias, apunta Javier Martín.

Con independencia del lujo y de la cantidad de 'amenities' que ofrezcan las estancias, hay un servicio que se antoja fundamental: la conexión wifi.

«No se entiende una vivienda vacacional sin comunicación. Es algo prioritario. Incluso en entornos rurales, en los sitios más recónditos», señala el gerente de ASCAV.

Tom Smulders, vicepresidente de la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de la provincia de Las Palmas (FEHT), hace hincapié en la imprevisibilidad de este tipo de turistas y en general de todos los que visitan el archipiélago, porque «van, nunca mejor dicho, por libre».

Por eso, añade, «pocas veces podemos saber con antelación cuántos van a venir», y menos en unos tiempos en los que se han impuesto las reservas de última hora.



# BLACK FRIDAY

*sunny  
holidays*



Hasta

**-40%**  
DTO

Promoción válida hasta el 28/11/2022 para estancias hasta el 31/08/2023. Sujeto a disponibilidad. Ver condiciones en [lopesan.com](http://lopesan.com)



# Un recorrido gastronómico para saborear Canarias

Las islas se encuentran en su mejor momento culinario, por lo que iniciar un viaje para conocer su oferta es uno de los mejores planes que puede hacer este puente

**JOSÉ LUIS REINA**



Las casas de comidas tradicionales o los bares de toda la vida cohabitan con los restaurantes de jóvenes cocineros que están cambiando el rumbo de la gastronomía local, mientras que los hoteles mantienen su ambiciosa apuesta por alojar, además de huéspedes, restaurantes de primerísimo nivel.

En las ciudades, los pueblos, en la costa o en la cumbre, Canarias alberga una oferta gastronómica única que la potencia aún más en materia turística, con productos tan venerados que ya forman parte de la identidad regional: los quesos y los vinos se unen a los productos propios que cada municipio canario produce y promociona. Estamos por tanto ante una oportunidad perfecta para conocer mejor todas estas virtudes que la tierra ofrece, y adentrarse en las islas a través de la gastronomía es una de las mane-

ras más interesantes y placenteras de hacerlo. Si optamos por Gran Canaria, en la capital está surgiendo una auténtica revolución liderada por un grupo de jóvenes que han potenciado la ciudad hasta convertirla en una referencia nacional a tener muy en cuenta.

Desde el restaurante Poemas by Hermanos Padrón, con una estrella Michelin, hasta el Tabai-ba, del chef nominado a cocinero revelación de España en Madrid Fusión. Las opciones son tantas que la ruta puede ser un bucólico camino entre menús degustación, vinos locales de pequeña producción y nuevas técnicas que la nueva hornada de cocineros está implantando apoyados por el producto local. La sostenibilidad juega ahora un papel primordial en la elaboración de la carta y los platos, nutriéndose de productores locales con una mate-

ria prima excelente.

En Tenerife, por su parte, tenemos la siempre segura apuesta de las estrellas ubicadas en hoteles del sur de la isla, como Nub, Kabuki o M.B, o la icónica ruta de guachinches por el norte, donde la cocina tradicional es acompañada por los vinos de la propia finca donde se encuentra el establecimiento. Sea cual sea la elección final, recorrerla de norte a sur es un fantástico plan donde realizar paradas estratégicas, pues el buen comer está garantizado.

Lanzarote, la isla de la Malvasía Volcánica, es también un lugar para descubrir y perderse por su imponente paisaje de La Geria, que alberga un buen número de bodegas donde se elaboran los geniales vinos locales. La emblemática bodega de El Grifo, la espectacular Stratus o la sorprendente Los Bermejós, harán las

delicias de sus visitantes, que además podrán conocer las entrañas del proceso de elaboración, plantación y recogida de la uva.

En algunas de ellas se pueden realizar catas y hacer diferentes maridajes, aunque una opción de nivel en Lanzarote que nunca falla es La Bodega de Santiago, en Yaiza. Todo un homenaje al producto local perfectamente elaborado. Si lo que quiere es lanzarse de lleno al producto marino lo mejor es ir al Risco de Famara y comerse su famosa morena frita o el auténtico manjar que supo-

**Convierta su puente en una experiencia sensorial y placentera recorriendo todas las islas a través de sus platos y productos**

ne el carabinero de La Santa. Todo un placer para los sentidos.

Si optamos por ir a la isla bonita, La Palma, la oferta es tan interesante como diversa. Lo cierto es que la isla está viviendo un dulce momento gastronómico, y ejemplos como el del restaurante El Sitio, en Tazacorte, confirman que la alta cocina también tiene su espacio allí. José Alberto Díaz ha convertido este lugar en un referente regional, y ya está presente en varias guías nacionales. Si optamos por algo más informal, el lugar idóneo es La Gatera, en Breña Alta, un pequeño gastro bar que es tendencia desde su apertura, y con una cocinera joven y con mucho talento, Mariana Hernández.

En Fuerteventura están surgiendo muchas propuestas con un recorrido que puede ser potente, y parece que el futuro de la isla a corto plazo dentro del panorama gastronómico es optimista. Uno de los grandes, sin duda, es Casa Marcos, en Villaverde, que además de instalarse en un precioso hotel rural propio, tiene una propuesta culinaria que sube, indudablemente, el nivel de la isla. También nos podemos lanzar a un plan más carnívoro yendo a El Horno, también en Villaverde, donde la célebre carne de cabra y cabrito nos alegrará el día.

Canarias, cuya oferta gastronómica es casi ilimitada, no deja de ofrecernos diferentes alternativas en todas las islas. Así, por ejemplo, en La Gomera nos encontramos en el bonito pueblo pesquero de Playa Santiago con una tasca muy especial, Enyesque, bajo la dirección del cocinero Iván González. Su carta invita a intentar comérselo todo, porque además todo está muy bueno, y es una de las joyas de la isla.

En La Graciosa, que siempre es un buen plan, lo obligatorio es pedir el pescado fresco que nos ofrezcan en lugares clásicos como el restaurante Casa Enriqueta. Si lo que quiere es disfrutarlo casi con los pies en la arena de la pequeña playa de Caleta del Sebo, lo mejor es hacerlo en El Veril, que tiene un ambiente muy divertido.

El Hierro, la pequeña y mágica isla que tanto enamora a todos los que la visitan, deslumbra también con propuestas gastronómicas que redondearán el viaje. Casa Juan, por ejemplo, en La Restinga, es un must que hay que vivir y saborear, porque representa a la perfección la esencia y alma de la isla. ¿Quiere sorprenderse? Pues entonces vaya a Valverde y coma algo en La Tafaña. Querrá repetir rápido, se lo aseguro. Y por supuesto, si lo suyo son las vistas y el talento de César Manrique, debe ir al Mirador de la Peña y dejarse deslumbrar por la imponente estampa mientras come en este lugar con encanto.

Como podrá comprobar, la mejor opción este puente es Canarias, comérsela, bebérsela y admirarla eternamente.

# Un motor económico que vuelve a ser palanca para activar el mercado laboral

Canarias se encuentra entre las autonomías con mejor evolución del empleo en el sector. A nivel nacional ofrece el mejor balance histórico en afiliados

## CANARIAS7

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. El sector turístico español cerró octubre con 2.543.749 afiliados a la Seguridad Social, el mejor dato de toda la serie histórica para este mes, y que representa además un incremento del 6,4 % con respecto a un año antes, según los datos difundidos la pasada semana por Turespaña.

Además, el empleo en el sector superó en octubre la cifra que se registraba en 2019, antes del estallido de la pandemia de coronavirus, al contabilizar 109.668 trabajadores más.

Con este nuevo incremento, el empleo turístico encadena 17 meses consecutivos de ascensos. En concreto, los afiliados en actividades turísticas aumentaron



Guaguas de transporte de turistas en el aeropuerto grancanario. A. SUÁREZ

en 152.740 trabajadores respecto a hace un año hasta representar el 12,6% del total en la economía nacional.

La variación fue positiva en todas las ramas turísticas: en la hostelería el incremento fue de 85.647 afiliados (53.997 en los servicios de comidas y bebidas y 31.650 en los servicios de alojamiento); las agencias de viajes registraron 4.794 nuevas altas, mientras que en el grupo de otras actividades turísticas el aumento alcanzó los 62.299 trabajadores.

Con todo ello, la cifra de asalariados en el sector, que representa el 80,7% del total, también creció un 8% respecto al mismo mes de 2021, mientras que el empleo autónomo se incrementó en un 0,2%.

Por comunidades autónomas, el empleo en el conjunto de la hostelería y las agencias de viajes/operadores turísticos aumentó en octubre en todas ellas a excepción de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

En cifras absolutas, los mayores crecimientos se dieron en Ca-

ntabria, Andalucía, Canarias, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana.

Según indicó la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, uno de cada tres nuevos empleos en octubre se generó en el sector turístico, lo que demuestra la aportación decisiva de esta industria a la recuperación de la economía y del empleo en España.

Por otro lado, Canarias se posiciona como la avanzadilla del llamado turismo 'energético', protagonizado por residentes de países más fríos que elijan España también por ahorrar los cada vez más abultados costes de calefacción, una tendencia constatada por ejemplo por touroperadores británicos y que aumenta a ritmos de hasta el 60%.

Además de las islas Canarias, que han lanzado una campaña específica para captar este tipo de turistas, otras comunidades como la valenciana perciben impulsos en estas nuevas formas de viajar, que podría beneficiar igualmente a otros países como Turquía o los del norte de África.

También desde el Gobierno de-

tectan esta nueva tendencia, con un incremento de las reservas de larga duración (más de 22 días) de entre el 20 % y el 60 %, según datos ofrecidos esta semana en Londres por el secretario de Estado de Turismo, Fernando Valdés. Entre los países emisores, en Reino Unido (el principal origen de turistas internacionales hacia España) el touroperador Jet2holidays, que trabaja sobre todo con Canarias, señala que «sin duda» se están reservando estancias más largas.

Se trata de un turismo que se aloja mayoritariamente en apartamentos, en el caso de los británicos, y en propiedades más exclusivas entre los alemanes y nórdicos, y que, en todos los casos, exige tener buenas conexiones wifi. Para el socio responsable de Turismo y Ocio de KPMG, Luis Buzzi, estos nuevos modos de viajar, asociados al fenómeno de los nómadas, representan una oportunidad para el sector pero exigen repensar los actuales productos turísticos, las infraestructuras y los modelos de negocio para atraer este nicho de clientes potenciales. Es, a su juicio, una estupenda oportunidad para aprovechar los activos hoteleros y tratar de romper la fuerte estacionalidad del sector en España, lo que ocurre claramente en Baleares, donde sería preciso un reajuste en la conectividad aérea, que ve factible porque la infraestructura existe.





Turistas en Puerto del Carmen, en Lanzarote. CARRASCO

## ¿Cómo ha cambiado el turismo después de la pandemia?

A la asociación público-privada se debe añadir un tercer elemento: los ciudadanos residentes en las comunidades receptoras de los flujos turísticos

### ANÁLISIS

**ALFONSO SÁNCHEZ VARGAS**

Catedrático de Universidad, área de Organización de Empresas, Dirección Estratégica, Turismo (empresas y destinos), Universidad de Huelva

**A**unque oficialmente la pandemia no haya terminado todavía, la resiliencia del sector turismo en España ha hecho que esté muy cerca de recuperar los volúmenes de actividad anteriores a la misma. Es decir, los de 2019, aunque con diferencias según segmentos y áreas geográficas. Esto es así pese a otros acontecimientos adversos, como la invasión rusa a Ucrania, que ha generado enormes tensiones en los mercados energéticos europeos, afectando a los precios, los costes y, en suma, a la rentabilidad de las empresas.

No obstante, esta recuperación es solo apariencia. Lo que no se ve es que la pandemia ha dejado enormes cicatrices en el sector y su diagnóstico será clave a la hora de formular una estrategia para su recuperación

real, así como una nueva gobernanza capaz de implementarla.

Esta crisis deja una industria más vulnerable económicamente por varias razones:

- Mayor endeudamiento (como botón de muestra, las empresas turísticas han conseguido casi 1.900 millones de euros de los fondos de la SEPI y de Cofides para las empresas afectadas por la covid-19).

- Empresas zombis e insolvencias concursales.

- Venta de activos (hoteles, negocios de alquiler de vehículos...).

- Grandes dificultades para encontrar mano de obra en cantidad y cualificación suficientes.

Respecto a este último punto, ha habido una cierta huida laboral de las actividades ligadas al turismo, que ha agudizado el desajuste entre la oferta y la demanda, más allá de lo que en otros países –como EE UU– se conoce como la gran renuncia o la gran dimisión.

Por otra parte, los buenos datos del verano de 2022, que son un reflejo del efecto champán (“me lo merezco y lo disfruto”), no deben encandilarnos y ocul-

tar una pregunta fundamental: ¿es la recuperación simplemente volver a las cifras de viajeros, pernoctaciones o tasas de ocupación de 2019?

En este sentido, el debate se encuentra polarizado entre los dos extremos de un continuo: desde la vuelta al modelo prepandemia (volumen, crecimiento) hasta la transformación del modelo con base en una nueva métrica del éxito.

Cuando se alude a la búsqueda de un turismo de calidad como paradigma de esa transformación, ¿qué se quiere decir?, ¿tiene una connotación estrictamente económica?; es decir, ¿hablamos de un turista con un mayor gasto medio diario o quizás el turista de calidad es aquel que valora, respeta y minimiza el impacto sobre el medio natural y los modos de vida de las comunidades anfitrionas?

La industria turística no podrá ser ajena a las tres eses que van a marcar el futuro de la sociedad contemporánea: Seguridad (un aprendizaje derivado de la pandemia), Smart (inteligencia, a partir de la revolución tecnológica y con la digitalización como principal exponente)

y Sostenibilidad, tanto social como ambiental (con el punto de mira puesto en el cambio climático y la aplicación de los principios de la economía circular).

Quienes no se alineen con estos tres grandes motores de cambio quedarán, antes o después, fuera del mercado y de la sostenibilidad económica.

Teniendo en cuenta esos tres vectores, en la configuración de los posibles escenarios pospandemia intervendrán principalmente tres elementos:

- La evolución de la demanda.

- El comportamiento de las empresas.

- Las presiones provenientes del entorno institucional. Estas presiones serán fundamentales, dado el papel regulador de las Administraciones públicas, y más poderosas que las del mercado (aunque haya segmentos más exigentes desde el punto de vista de la sostenibilidad ambiental, por ejemplo), o que el liderazgo y efecto arrastre de las empresas con una cultura proactiva.

La simple aplicación de la regla según la cual las empresas se adaptan a la evolución de su clientela llevaría, en las circunstancias actuales, a un proceso de cambio demasiado lento.

Sin una adecuada gobernanza turística, es decir, sin un adecuado modelo para la toma de decisiones en los destinos turísticos, el cambio no será lo suficientemente efectivo. A este respecto, deberíamos preguntarnos qué se ha aprendido del trauma de la pandemia y qué debería cambiar.

Aunque se necesita aún más perspectiva temporal, sí parece claro que el modelo turístico debe evolucionar. El contexto ya no es el mismo y la recuperación de la movilidad espacial de la población ha vuelto a poner

encima de la mesa los problemas de la masificación y la turismofobia, de los límites del turismo y su desarrollo sostenible, de la política y planificación turística. De la gobernanza, en definitiva.

En realidad, más que de gobernanza, hoy se habla de gobernanza, que es sinónimo de una gobernanza a varias bandas. La cooperación entre Administraciones públicas (pública-pública) y de estas con las organizaciones empresariales (pública-privada) es importante y necesaria pero no suficiente, porque no son los únicos actores concernidos.

Ahora más que nunca es imprescindible una alianza con la ciudadanía, sobre todo en una potencia turística de primer orden como es España. En una sociedad democrática volcada en el turismo, ¿cabe definir el modelo de desarrollo turístico para un territorio (ciudad, comarca, provincia...) sin tomar en cuenta a quienes residen en él?

Identificar a los interlocutores de los grupos de interés del territorio en cuestión y articular mecanismos permanentes de participación, no solo con voz sino incluso con voto en la toma de ciertas decisiones que condicionan severamente sus vidas, entraña una complejidad añadida, pero es la mejor manera de apostar por la turismofilia, es decir, de atajar la turismofobia, la desconfianza, el desapego, que tanto daño terminan haciendo.

Algunos destinos ya lo están poniendo en marcha, algo empieza a cambiar. A la asociación público-privada se debe añadir un tercer elemento: los ciudadanos residentes en las comunidades receptoras de los flujos turísticos.

El nuevo modelo turístico debe incorporar una G, la de Gente.



Las temperaturas elevadas de este año invitan a la práctica de actividades náuticas. La imagen corresponde a la playa de Arinaga, en Gran Canaria. **ARCADIO SUÁREZ**

## Recuperación de precios tras el impacto de la covid

La mejora de ingresos no se traslada automáticamente a los resultados por el aumento de los costes, sobre todo energéticos

### CANARIAS7

**LAS PALMAS DE GRAN CANARIA.** Los destinos vacacionales registraron el pasado verano aumentos de los ingresos y la rentabilidad respecto a 2019 superiores a los de los urbanos, gracias a una mayor recuperación de los precios, del 16,6% frente al 12%, y una ocupación cercana a la prepandemia en ambos casos.

Los primeros lograron un incremento del ingreso por habitación disponible (RevPAR) entre junio y septiembre del 12,2% respecto a los mismos meses de 2019 -hasta 102,9 euros-, frente al 7,2% de las ciudades -hasta 91,4 euros-, según el último barómetro de la rentabilidad de los

100 principales destinos turísticos españoles publicado por Exceltur.

No obstante, la mejora de ingresos no se ha trasladado de manera proporcional a una mejora de resultados, por el fuerte aumento de los costes tanto energéticos como de suministros y, en menor medida, de los laborales.

De hecho, el aumento de los precios (del 15,8% respecto a 2019) se sitúa por debajo del incremento de los costes medios (del 32,8% en caso de los energéticos; del 18,1% en el de otros suministros, y del 10,4% en el de los laborales).

El informe, recogido por la agencia de noticias Efe, matiza que la subida de los precios experimentada este verano «no solo responde a la necesidad de trasladar el aumento de los costes», sino que ha reflejado también los resultados del esfuerzo en mejora de producto que algunas compañías y operadores han rea-



Bañistas en Las Burras, en el sur de Gran Canaria. **JUAN CARLOS ALONSO**

lizado en los últimos meses

Entre los destinos vacacionales destacan los de la costa mediterránea y los archipiélagos, siendo los de mejor propuesta

de producto turístico que cierran el verano con mayores niveles de ingresos.

La mejora de ingresos en los destinos urbanos procede prin-

cipalmente de la fuerte reactivación de las estancias de verano, las escapadas urbanas y el segmento MICE a partir de septiembre.

Esto ha permitido recuperar los precios para responder al aumento generalizado de costes, en un contexto de ocupaciones levemente por debajo de los niveles prepandemia por la falta de recuperación de algunos mercados de larga distancia, principalmente de Asia.

Las ciudades que registran una mayor recuperación de los ingresos este verano de 2022, respecto a los registros de 2019, son la que tienen un perfil más vacacional de costa y demanda internacional como las capitales canarias, Alicante, Elche, Málaga, Palma o Valencia.

No obstante, también destacan ciertas ciudades de menor tamaño como Jaén, Lleida, Badajoz o León.

A su vez, grandes ciudades interiores, de impronta cultural y mayor demanda de mercados de larga distancia asiáticos cierran el verano en niveles similares a los de 2019, afectadas además por un fuerte calor, como Madrid, Granada, Sevilla o Córdoba

San Sebastián encabeza con 170 euros de ingresos por plaza el ranking de las ciudades españolas con mayor nivel de RevPAR.

# El futuro ~~im~~posible



Bajo el liderato estético del artista **César Manrique**, y la guía política, laboral y presupuestaria del **Cabildo de Lanzarote**, los **Centros de Arte, Cultura y Turismo** cambiaron para siempre el futuro de la isla.

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

Fotografías CACT y Javier Reyes [Memoria digital de Lanzarote].



Centros de Arte,  
Cultura y Turismo  
Cabildo de Lanzarote