



VI LEGISLATURA NÚM. 130

2 de mayo de 2006

El texto del Boletín Oficial del Parlamento de Canarias puede ser consultado gratuitamente a través de Internet en la siguiente dirección:

<http://www.parcn.es>

BOLETÍN OFICIAL DEL PARLAMENTO DE CANARIAS

SUMARIO

COMUNICACIONES DEL GOBIERNO

EN TRÁMITE

6L/CG-0009 Sobre las condiciones y evolución del mercado turístico en el trienio 2003-2006.

Página 2

COMUNICACIÓN DEL GOBIERNO

EN TRÁMITE

6L/CG-0009 *Sobre las condiciones y evolución del mercado turístico en el trienio 2003-2006.*

(Registros de entrada núm. 3.435 y 3.476, de 20/4/06 y 24/4/06, respectivamente.)

PRESIDENCIA

La Mesa del Parlamento, en reunión celebrada el día 25 de abril de 2006, adoptó el acuerdo que se indica respecto del asunto de referencia:

8.- COMUNICACIONES DEL GOBIERNO

8.1.- Sobre las condiciones y evolución del mercado turístico en el trienio 2003-2006.

Acuerdo:

En conformidad con lo establecido en el artículo 178 del Reglamento de la Cámara, se acuerda admitir a trámite la comunicación de referencia y su tramitación ante la Comisión de Turismo y Transportes.

De este acuerdo se dará traslado al Gobierno y a los grupos parlamentarios. Asimismo, se publicará en el Boletín Oficial del Parlamento.

En ejecución de dicho acuerdo y en conformidad con lo previsto en el artículo 106 del Reglamento del Parlamento de Canarias, dispongo su publicación en el Boletín Oficial del Parlamento.

En la Sede del Parlamento, a 26 de abril de 2006.-
EL PRESIDENTE, Gabriel Mato Adrover.

**COMUNICACIÓN SOBRE LAS CONDICIONES Y EVOLUCIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO EN
EL TRIENIO 2003-2006, EN CUMPLIMIENTO DE LA DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA,
APARTADO QUINTO, DE LA LEY 19/2003, DE 14 DE ABRIL, POR LA QUE SE APRUEBAN LAS DIRECTRICES
DE ORDENACIÓN GENERAL Y LAS DIRECTRICES DE ORDENACIÓN DEL TURISMO DE CANARIAS**

La Ley 19/2003, de 14 de abril, por la que se aprueban las Directrices de Ordenación General y las Directrices de Ordenación del Turismo de Canarias, es la expresión de la apuesta de la sociedad canaria por una estrategia de desarrollo sostenible, después de un dilatado e intenso proceso de análisis y debate, que contó con una amplia participación institucional y privada representante de los ámbitos social, económico y medioambiental.

El Parlamento de Canarias aprobó, por unanimidad de las fuerzas políticas en él representadas, esa norma que, respecto al sector turístico, pretende dar respuesta al problema de la sobreoferta de plazas alojativas. Con ese fin dispone la contención del desarrollo de nuevas plazas turísticas durante tres años y la necesidad de introducir estrategias de rehabilitación que persigan la recuperación de espacios ya ocupados por la actividad turística y que se encuentran en declive.

Las Directrices de Ordenación General y del Turismo de Canarias constituyen, por tanto, un claro límite a los crecimientos inadecuados, tanto en superficie de ocupación como en densidad alojativa o de calidad del producto, aunque han dejado abiertas, en determinadas condiciones, las puertas para el mejor desarrollo de la oferta turística. Esta restricción al crecimiento se entendió necesaria como salvaguarda de intereses generales plenamente identificados, que se resumen en el alto riesgo de exceder la capacidad de carga de los ecosistemas, recursos naturales e identidad social, que provocaría, además, la quiebra de nuestro vulnerable sistema económico.

La “moratoria”, denominación popular de la Ley 19/2003, es, al mismo tiempo, un lugar de previsión y reflexión. En primer lugar, y para evitar los negativos efectos medioambientales y socioeconómicos que tuvieron lugar en el pasado, por un desarrollo excesivamente rápido, recoge medidas para su reorientación mediante una planificación del crecimiento vinculada a la evolución de la demanda turística. Y, en segundo, obliga a reflexionar sobre el grado de eficacia de tales medidas en función de su incidencia en el mercado turístico de nuestra región y, en consecuencia, sobre su modificación o mantenimiento.

A los tres años de su puesta en marcha, la valoración de las medidas contenidas en la Ley 19/2003 es positiva considerando la evolución del mercado turístico. Junto a la efectiva suspensión del otorgamiento de nuevas autorizaciones y licencias, sin considerar la materialización de autorizaciones y licencias “en cartera” y en plazo de ejecución en el momento de entrada en vigor de dichas medidas limitadoras del crecimiento, se ha producido la desclasificación y descategorización *ex lege* de, al menos, 213 sectores de suelo urbanizable o apto para urbanizar clasificados pero no desarrollados, y la caducidad, igualmente *ex lege*, de licencias urbanísticas en situación de caducidad.

Y para justificar el mantenimiento o modificación de esas medidas, el apartado 5 de la Disposición Transitoria Segunda de la Ley 19/2003, de 14 de abril, de Directrices de Ordenación General y del Turismo de Canarias, indica expresamente que “al final del primer trienio de vigencia de las Directrices, el Gobierno de Canarias elevará al Parlamento de Canarias una Comunicación sobre las condiciones y evolución del mercado turístico, como instrumento informativo necesario para que éste pueda fijar el crecimiento del segundo trienio y el órgano competente para establecerlo”.

En consecuencia, para dar cumplimiento a la citada Disposición Transitoria, el Gobierno de Canarias eleva al Parlamento de Canarias la presente Comunicación con el contenido informativo disponible sobre las condiciones y evolución del mercado turístico, durante el trienio 2003-2006, necesario para fijar el crecimiento del segundo trienio y el órgano competente para establecerlo.

CONDICIONES Y EVOLUCIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO

1. LA DEMANDA TURÍSTICA.

1.1.- SITUACIÓN ACTUAL DE LA DEMANDA EN CANARIAS. EXTRANJEROS

Desde 1998 la cifra de turistas extranjeros llegados a Canarias se ha situado entre los 9 y 10 millones. Esta cifra alcanzó su máximo histórico en 2001, año que se convierte en el punto de inflexión de la entrada de extranjeros. Desde entonces y hasta el 2005, se ha reducido en algo más del 8%.

Este proceso de disminución ha tenido diferente intensidad y se ha presentado en momentos distintos en cada una de las cuatro islas turísticas. Gran Canaria, alcanzó su máximo número de visitantes extranjeros en el año 1999, mientras que Tenerife lo alcanzó en 2001, y Lanzarote y Fuerteventura, en 2003.

Por nacionalidades, la evolución ha sido desigual. Los turistas procedentes de los principales países emisores, Reino Unido y Alemania, han experimentado descensos globales en el periodo 2001-2005.

El turismo británico muestra un crecimiento continuo hasta el año 2003, en el que alcanza la cifra récord de más de 4 millones de turistas. Los dos últimos años presenta descensos. Por otro lado, el mercado británico está siendo especialmente dinámico en otras provincias sin mucha tradición turística, debido a la proliferación de las compañías aéreas de bajo coste (CBCs) en los aeropuertos secundarios.

El segundo mercado, el alemán, tiene su máximo en el año 1999 con más de tres millones de turistas, teniendo a partir de ese año un comportamiento desigual con una tendencia descendente, pero con síntomas de recuperación en el último año.

Otros mercados, como el irlandés o el italiano, muestran claras tendencias positivas durante todo el periodo, al igual que los nórdicos en los últimos años.

ESPAÑOLES

Las últimas cifras de la llegada de turistas a Canarias indican la existencia de un cambio de tendencia en la procedencia del turismo que visita Canarias. El número de turistas extranjeros se estanca, mientras que el turismo nacional aumenta. Esta evolución mostrada por el turismo español desde el 2002, ha mitigado el descenso que presentan los extranjeros. El dinamismo de la renta disponible, el empleo y la población española se ha traducido en una mayor preferencia por el turismo y los viajes, bienes cuya demanda aumenta con la renta, incluso con alta elasticidad para los segmentos de clase media a medida que ascienden en la escala de ingresos.

Los viajeros residentes en España alojados en establecimientos turísticos de Canarias desde 2001 hasta 2005 se han incrementado por encima del 42%. Este continuo crecimiento del mercado nacional suponen un incremento de algo más de 774 mil viajeros. Con un gasto mayor que los turistas tradicionales, los movimientos de los españoles se han convertido en un elemento determinante de la salud y futuro del sector.

POR ESTABLECIMIENTOS

La evolución del número de turistas muestra comportamientos diferentes según el tipo de establecimiento. Mientras que los hoteles y los establecimientos de turismo rural han aumentado entre 2001 y 2005 el número de viajeros alojados y las pernoctaciones, todo lo contrario ocurre en los apartamentos, donde el número de turistas se ha reducido un 19% y el número de pernoctaciones un 25%.

Tanto en los apartamentos como en los hoteles se ha reducido el número de extranjeros alojados, durante el periodo estudiado. Por otro lado, los españoles muestran un comportamiento positivo en todos los establecimientos. El perfil de estos turistas, que prefiere el alojamiento hotelero frente al extrahotelero, ha permitido compensar el efecto de la caída de los extranjeros en los hoteles, pero no así en los apartamentos. No hay que perder de vista que algunos complejos de apartamentos en zonas emblemáticas se encuentran en una situación de deterioro que precisan una apuesta decidida por su renovación y revalorización.

GASTO TURÍSTICO

La evolución del Gasto Turístico ha venido mostrando un crecimiento paulatino, con una ralentización en los últimos años.

El Gasto Medio Diario por Turista, según los últimos datos publicados por el ISTAC, correspondientes al primer trimestre de 2005, asciende a 102,71 euros (casi 3 euros más que en 2001). El gasto en origen ha descendido en ese periodo algo más de 1,50 euros, mientras que el realizado directamente en Canarias ha aumentado desde entonces 4,28 euros.

El motivo principal de la disminución del gasto en origen ha sido la bajada de los precios de los paquetes turísticos, que han tenido que afrontar la situación coyuntural por la que pasaban algunas economías europeas, hacer frente a los nuevos destinos emergentes y reducir los efectos de la apreciación del euro.

Otros factores que inciden directamente en el gasto en origen son consecuencia de los cambios en los patrones de conducta de los viajes vacacionales. Son aspectos que están afectando a la reducción del gasto en muchas comunidades del litoral mediterráneo: Andalucía (-0,9%), Cataluña (-4,5%) y Valencia (-0,8%).

En este sentido, nos encontramos ante turistas que cada vez más se alojan en viviendas propias, de amigos o alquiladas y ante nuevas tendencias en el transporte y la distribución. El aumento de las contrataciones directas a través de Internet o la proliferación de las Compañías de Bajo Coste (CBCs) son factores indiscutibles que reducen el gasto de los turistas a la hora de viajar.

De las 10 nacionalidades con mayor peso en el global de turistas entrados en Canarias, todas salvo las de nuestros principales mercados, Reino Unido y Alemania, realizan un gasto por encima de la media.

La evolución de este indicador afecta directamente al objetivo establecido de incrementar el valor añadido generado por turista. Es por ello por lo que la diversificación de los mercados emisores cobra aún más importancia. Reducir la dependencia del sector turístico canario de sus dos principales países emisores, no sólo contribuye a reducir los efectos que las crisis coyunturales de estos mercados en el sector del turismo en Canarias, sino que favorece el aumento de nuestros ingresos por turismo.

En este sentido, el aumento de la llegada de turistas peninsulares, así como de los nórdicos o los daneses, contribuyen a mejorar la evolución del gasto turístico en las islas.

PREFERENCIAS DEL TURISTA

Los turistas son cada vez más exigentes y vienen en busca de experiencias singulares, de calidad y diferentes a las que encuentra cada día en su entorno habitual.

El clima sigue siendo el principal motivo para la elección de Canarias como destino de los viajes, seguido de la tranquilidad, las playas y los paisajes.

El 96'6% de los turistas vienen a Canarias por motivos vacacionales, y de estos el 83'7% lo hace para disfrutar de sol y playa. El resto de productos turísticos que se ofertan desde Canarias, como el turismo de golf, náutico, activo, rural o cultural, comienzan a jugar un papel positivo en el intento de complementar la experiencia vivida por los turistas en las Islas.

Más del 60% de los turistas que nos visitan son repetidores, el 94% manifiesta su intención de repetir y el 97% de recomendar Canarias como destino turístico. Para mantener estos indicadores, es necesario conservar los atractivos de las islas.

Al margen de que la situación económica de nuestros mercados turísticos principales no haya sido boyante en los últimos años y de la emergencia de destinos competidores, están apareciendo muestras de que los hábitos de comportamiento y preferencias de los turistas están cambiando en sus viajes hacia España en general y, en particular, hacia Canarias.

La estancia media de los turistas en las islas, siendo de las más altas del Estado, muestra una tendencia decreciente al igual de lo que sucede en la mayoría de los destinos turísticos. Esta menor estadía de los viajeros se asocia al

crecimiento del transporte aéreo de bajo coste y al uso de las fórmulas de alojamiento residencial. Los turistas extranjeros hacen cada vez más viajes, pero más cortos, a sus viviendas secundarias, o a las de sus familiares y amigos. La reducción de la estancia media acentúa los efectos de la caída en el número de turistas, acentuando el descenso de las pernoctaciones.

A esto hay que sumar el proceso de «huída» del empaquetamiento turístico estándar, favorecido por las nuevas tecnologías y la llegada a la demanda turística de nuevas generaciones familiarizadas con su uso.

El creciente predominio de la organización propia del viaje turístico ha combinado bien con la disponibilidad creciente de vuelos baratos desvinculados de las ofertas organizadas, con las ofertas de última hora y con la aparición de plataformas de servicios para configurar paquetes «a la carta», permitiendo reducir el coste de las vacaciones a un segmento creciente de la demanda turística cada vez más independiente y que emplea Internet como herramienta para viajar barato.

1.2.- PERSPECTIVAS PARA LOS MERCADOS EMISORES.

EL MERCADO PENINSULAR

Desde 2002 no ha dejado de crecer la cuota de mercado del turismo peninsular, que ha pasado del 15% de ese año a más del 22% en 2004. En este contexto de crecimiento se observan, sin embargo, síntomas de desaceleración (y las previsiones para 2006 apuntan hacia una contención del consumo privado), que deberán ser seguidos muy de cerca dado el poder compensatorio que los peninsulares han venido teniendo frente a la caída del turismo extranjero.

No obstante, los españoles están mostrando cada vez más una tendencia creciente por viajar al extranjero, por lo que podría intuirse una progresiva «fuga» hacia estos destinos del turista español, cuyo gasto promedio supera con creces al del turista extranjero. La intensificación de las campañas promocionales en la península podría ser crucial para potenciar Canarias como destino preferido frente al extranjero para los españoles.

LOS MERCADOS BRITÁNICO Y ALEMÁN

El ciclo económico en los principales mercados emisores de turistas extranjeros hacia Canarias y, en especial, la dinámica del consumo de los hogares, parece que se mostrarán más favorables en 2006 respecto a lo sucedido en 2005 según los expertos, lo que debería impulsar la demanda turística y el gasto de los extranjeros.

En los últimos años se venía observado que, en nuestro primer mercado, el Británico, se daba la misma tendencia en los viajes hacia Canarias que hacia el resto de destinos internacionales visitados desde este país. En 2004, sin embargo, los viajes hacia Canarias desde el Reino Unido caen, mientras que la emisión de turismo inglés hacia el resto del mundo sigue aumentando.

Se espera una ligera reactivación del consumo privado de los hogares británicos favorecida por la previsible rebaja de medio punto en los tipos de interés del Banco de Inglaterra a lo largo de 2006. Aunque resulta complicado deducir los efectos que esto pudiera tener sobre el turismo receptivo de ingleses, puesto que son los que más han dado

señales de cambio en las fórmulas de contratación y de transporte, de la mano del tirón que ha producido «el bajo coste».

El turismo de alemanes hacia Canarias tocó su máximo en 1999 y ha seguido una tendencia decreciente desde entonces, en paralelo con la situación de estancamiento económico que ha existido en Alemania desde entonces. También son optimistas las previsiones para la economía germana y se espera que su consumo privado se acelere en 2006 en sintonía con una reducción en los niveles de desempleo, lo que unido al mayor nivel de confianza tras la consolidación de la coalición de gobierno hace previsible un crecimiento de los viajes hacia España, de los que podría beneficiarse también Canarias.

LAS INCERTIDUMBRES

No obstante, hay incertidumbres de tipo económico que pueden afectarnos negativamente, como la posibilidad de nuevas subidas de los precios del petróleo, que encarecerían aún más el transporte, la eventual depreciación del dólar, que abarataría para los europeos los viajes a destinos competidores cuyas monedas están referenciadas a la divisa americana (Caribe...), o la subida de los tipos de interés de la zona euro, que repercutirá en las decisiones de gasto turístico de las familias y en los márgenes empresariales.

FACTORES NO ECONÓMICOS

El curso normal de los acontecimientos previstos en función de información exclusivamente macroeconómica podría verse alterado, a nuestro favor, como ya ha sucedido en repetidas ocasiones, por el devenir de infortunios naturales, conflictos geopolíticos, acrecentamiento de la conflictividad social en oriente próximo o sucesos epidémicos en países terceros que pudieran ser competidores, potenciando nuestras «rentas de seguridad» y desviando el turismo receptivo hacia nuestros destinos.

1.3.- LOS DESTINOS COMPETIDORES.

Los países del mediterráneo oriental están registrando mayores crecimientos (de dos dígitos) en la afluencia de turistas que Canarias (y también más que los demás destinos mediterráneos del Estado). Se le suma a esto el efecto positivo que de ello se traslada a la Balanza de Pagos con crecimientos similares de los ingresos turísticos, cosa que no sucede en los destinos españoles.

En Turquía, Egipto, Croacia, Bulgaria, Túnez o Marruecos se puede encontrar el mismo producto de sol y playa que los turistas están acostumbrados a disfrutar en Canarias. Estos destinos son exóticos, por poco visitados, y además un 30% más baratos de media que nuestras islas. Lo económico de las ofertas competidoras se agrava por la fortaleza del euro frente a las monedas locales, que hace aún más interesantes los precios de estos destinos emergentes.

La calidad turística de estas zonas, por su parte, tiene un nivel equiparable a la que los turistas se encuentran en Canarias, y las situaciones de inestabilidad social y política han desaparecido en buena medida, lo que potencia su atractivo. Además, las autoridades locales están centradas en los últimos años en potenciar las inversiones turísticas, replicando la estrategia que usó España en la década de

los 60 y 70 para competir con Francia e Italia. Esta competencia ya no es potencial, se ha convertido en una realidad en los últimos años y va en ascenso.

Los touroperadores declaran que, a la hora de vender sus paquetes de media distancia a británicos y alemanes, éstos empiezan a rechazar Canarias en favor de otros destinos como Marruecos o Túnez, a escasa distancia de las islas y que, fuera de la zona euro, juegan con ofertas altamente competitivas en precios, por lo indiferenciado del producto "sol y playa".

Canarias ha vuelto a perder cuota de mercado en el segmento de sol y playa en 2005 frente a sus competidores, a pesar del efecto negativo que en Turquía y Egipto tuvieron los atentados terroristas del verano y los efectos devastadores de la última temporada de huracanes en el Caribe, que redistribuyeron el tráfico de turistas en nuestro favor. Sin embargo, todos los destinos del mediterráneo oriental han disfrutado de incrementos en la demanda de turismo extranjero superiores a los de Canarias. De esta redistribución se beneficiaron especialmente los establecimientos hoteleros, por el tipo de cliente captado de estas zonas, en las que predomina el paquete tradicional que incluye el hotel.

A pesar de dichos efectos, Turquía se ha consolidado como competidor de todos los destinos españoles maduros de sol y playa con más potencial de crecimiento actual y futuro, dado el continuado aumento de su oferta alojativa, de muy alta calidad y muy competitiva.

No obstante lo anterior, Canarias ofrece también, al contrario que los destinos emergentes, los servicios de unas infraestructuras sanitarias, de transporte y de seguridad que garantizan al visitante europeo una asistencia moderna y de calidad según los parámetros europeos a los que están habituados, lo cual debe ser potenciado como un activo turístico que destaque dentro de un conjunto de ofertas vacacionales tan indiferenciadas.

2. LA OFERTA EN CANARIAS.

2.1.- ESTABLECIMIENTOS Y PLAZAS.

De acuerdo con los datos del ISTAC, la oferta alojativa legal canaria, a finales del año 2000, inmediatamente antes del inicio del proceso de limitación del crecimiento, era de 354.453 plazas. Tres años después, última cifra publicada por el Instituto, la cifra se incrementa un 11'3% hasta las 394.680 plazas autorizadas.

Según los datos del Censo, la cifra actual es de unas 406.138 plazas de alojamiento en situación legal o regular, un 14'6% más respecto de la planta turística existente, en la misma situación, al principio del proceso. A estas plazas hay que sumar las 136.993 que se encuentra en situación irregular detectadas por el Censo, hasta completar las 543.131 plazas en que se estima la actual oferta alojativa canaria.

La isla con mayor oferta sigue siendo Tenerife, que concentra entre el 30 y el 33% de la oferta regional (según se utilicen los datos del Turidata o del Censo), seguida por Gran Canaria con el 30%, Fuerteventura entre el 16 y el 21%, y Lanzarote, alrededor del 16%.

En el período 2000-2003, y con respecto a las plazas en situación regular, el máximo crecimiento se experimentó

en Lanzarote, cuya planta legal aumentó un 47'5%, frente al 12'2% de Fuerteventura y el 10'6% de Tenerife; Gran Canaria mantuvo su planta, sin crecimiento alguno.

El incremento de la oferta se concentró en la modalidad hotelera, que aumentó un 19% frente al 7'2% del crecimiento de la oferta extrahotelera, elevando su peso específico del 34'9 al 37'3% del total de la oferta regional de alojamiento. Por islas, Lanzarote incrementó su oferta extrahotelera en un 46'1%, Tenerife en un 4'6% y Fuerteventura en un 3'5%, mientras Gran Canaria vio disminuir un 3'8% su planta extrahotelera. En la modalidad hotelera, entre 2000 y 2003 Lanzarote aumentó su oferta legal en un 51'6%, Fuerteventura en un 33'6%, Tenerife en un 16'1% y Gran Canaria en un 10'2%.

En cuanto a los expedientes tramitados en el primer trienio de aplicación de la *Ley 13/2003 de 14 de abril, de Directrices de Ordenación General y del Turismo de Canarias*, se ha hecho uso de 200 plazas alojativas del total de 10.800 disponibles para los tres primeros años, para proyectos turísticos excepcionales previstos en la Disposición Transitoria Segunda, de la citada Ley.

También se ha iniciado la tramitación de dos expedientes sobre proyectos turísticos, de 3.500 y 2600 plazas respectivamente, que pretenden acogerse a las previsiones de la citada Disposición Transitoria Segunda.

Durante las últimas décadas, el desarrollo turístico de las islas ha venido de la mano de un proceso acelerado de urbanización y construcción, que poco ha favorecido la diferenciación y competitividad del destino.

Seguir una estrategia de crecimiento turístico basada en los ritmos de construcción de la pasada década, transformaría las islas en zonas cada vez más urbanas, cada vez menos atractivas y con más cargas ambientales, que tendrían impactos negativos en la generación de renta y empleo a largo plazo.

Por ello, la reorientación del modelo exige el cuidado del entorno y la sostenibilidad ambiental, con una ralentización de la urbanización buscando aquellas combinaciones de oferta reglada y residencial que genere mayor valor añadido a largo plazo y dinamizando, a su vez, la actividad constructiva apostando más decididamente por la rehabilitación de muchos establecimientos, así como de los espacios urbanos y zonas de esparcimiento.

2.2.- ACTUACIONES EN INFRAESTRUCTURA Y CALIDAD TURÍSTICA.

Tras 40 años de continuo crecimiento y expansión turística, el turismo canario ha entrado en una fase de madurez, cuyas consecuencias se reflejan en un cierto deterioro de los espacios turísticos y menor crecimiento de la demanda.

En 2001, con el objetivo de relanzar la actividad turística y procurar un adecuado desarrollo urbanístico y dotación de servicios de los distintos espacios turísticos, el Gobierno de Canarias aprobó el Plan de Infraestructuras y Calidad Turística, y en 2003 se suscriben los primeros convenios con los Cabildos. Este Plan sectorial cuenta con un presupuesto global de 252 millones de euros, de los que 130 millones son aportados por el Gobierno de Canarias y 122 por el resto de Administraciones.

El Plan recoge múltiples actuaciones orientadas a la rehabilitación del patrimonio histórico y a la mejora de las infraestructuras y calidad turística, con el fin de regenerar zonas turísticas maduras y potenciar los recursos en zonas emergentes, todo ello bajo el principio inspirador de la "calidad" como un rasgo diferencial de la oferta turística.

Actualmente, el plan contempla 39 actuaciones repartidas por todas las islas, con un presupuesto total de casi 49 millones de euros. Se han finalizado 4 de estas obras, como la restauración de la Casa de Colón en San Sebastián de La Gomera, la rehabilitación del casco histórico de Vega de San Mateo o el acondicionamiento de la Avda. de Colón en San Bartolomé de Tirajana; hay otras 11 actuaciones en ejecución, muchas de ellas en estados muy avanzados, y 5 adjudicadas; el resto se encuentra en distintas fases del trámite de adjudicación.

Paralelamente, dentro del Plan sectorial, se están desarrollando los Planes de Calidad Turística y los Planes de Dinamización y Excelencia, en los que colabora el Gobierno Autónomo, el Estado, Cabildos y Ayuntamientos beneficiados. Actualmente se han ejecutado 4 Planes de Calidad y 3 de Dinamización, y se encuentran en ejecución 8 de Calidad y 9 de Dinamización.

Hasta diciembre del pasado año 2005 se había abonado por este concepto casi 20 millones de euros, el equivalente al 59 % del importe total de la financiación comprometida por la Administración Pública de la Comunidad Autónoma.

En esta misma línea, a lo largo de 2005 se han presentado las conclusiones de los trabajos de reconversión integral del entorno de algunas de las principales zonas turísticas contempladas en las Directrices de Ordenación del Turismo. Estos trabajos podrían servir de guías para incorporar mayor valor añadido a los espacios turísticos en un contexto de competencia creciente con otros destinos de la cuenca mediterránea.

2.3.- CAPACIDAD DE CARGA.

Canarias registra unos niveles de presión humana sobre el territorio muy superiores a los de la mayoría de los destinos turísticos competidores. Con un ratio de 1.409 turistas por km², las Islas sólo son superadas por los niveles de densidad de Malta y Baleares (con 3.446 y 1.909 turistas por km², respectivamente). Les siguen de lejos Turquía con 561, Chipre con 249, y el resto de destinos.

Por otro lado, si nos centramos en la presión humana sobre los recursos turísticos del litoral, la gran mayoría de las playas de Canarias soportan unos niveles de presión humana por encima de los estándares de la UE (6m² de playa por plaza).

Estos datos se agravan al analizar la relación entre el número de turistas por población residente. Canarias con un ratio de 5,19 turistas por habitante, que sólo es superado por Baleares con 10,06, duplica la cifra del resto de destinos competidores.

Otro indicador de la capacidad de carga del archipiélago es la densidad edificatoria: Según los datos del Censo ofrecidos por la Consejería de Turismo, en Lanzarote hay 145 plazas/km², 105 en Gran Canaria, 88 en Tenerife, 53 en Fuerteventura, 29 en La Gomera, 18 en La Palma y 11 plazas/km² en El Hierro. Un dato aún más significativo es

el de algunos de los municipios turísticos de las islas que llegan a superar las 19.000 plazas por km² en suelo urbano.

Con respecto a la población residente, en La Palma hay 6'8 habitantes por cada plaza alojativa, 4'9 en Gran Canaria, 4'7 en Tenerife, 3'7 en El Hierro, 3'0 en La Gomera, 1'4 en Lanzarote y 1 habitante por plaza alojativa en Fuerteventura.

3. IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO.

El Turismo ha sido el sector determinante del crecimiento económico de Canarias a lo largo de las últimas décadas. Según los datos de la Cuenta de Impacto Económico del Turismo, IMPACTUR, elaborada conjuntamente por Exceltur y la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias, la actividad turística genera el 32'6% del PIB regional, incluyendo los efectos directos e indirectos, y es la responsable del 37'3% del total de empleos en Canarias. Estos resultados ponen de manifiesto el elevado grado de especialización turística del sistema productivo canario.

3.1.- PIB.

Según los últimos datos de la Contabilidad Regional elaborados por el INE, el sector servicios supone el 72'6% del total del PIB Regional en 2004, un punto menos que hacía cuatro años. El crecimiento de dicho sector desde el año 2000 (a precios corrientes) ha sido del 32'7%, dos décimas por debajo de la media que se situó en el 34'8%.

La Hostelería es el componente de mayor peso dentro del sector terciario. Según las cifras del PIB por ramas de actividad, la renta generada por la Hostelería no ha dejado de aumentar desde el año 2000 (un 22,7% acumulado en tres años) sin embargo, su peso dentro del sector servicios también ha disminuido, pasando del 21,2% al 20,8% en 2003 (último dato disponible).

El siguiente sector de importancia para nuestra economía es el de la Construcción, el único sector que ha ganado peso en los últimos 4 años, pasando del 8,2% en el año 2000 al 10,0% en 2004. Precisamente, en este periodo se ha comportado como el sector más dinámico, experimentando un crecimiento acumulado a precios corrientes del 65%, casi el doble de la media regional.

3.2.- EMPLEO.

Según la Cuenta IMPACTUR, que hace referencia al año 2003, algo más del 37% del empleo es generado por el sector turístico, lo que suponía entonces unos 288.000 empleos, entre directos e indirectos. Si esta proporción se mantiene en la actualidad, los empleos del sector superarían los 300.000 en todo el archipiélago.

La importancia del turismo en la generación de empleo en Canarias casi cuadruplica el impacto medio que el sector supone en el Estado, donde sólo el 11% del empleo se debe a las actividades turísticas.

Aproximadamente el 58% de los empleos se generan directamente en actividades características del turismo (empleo directo), mientras que el 42% restante se debe a los efectos multiplicadores que se producen sobre el resto del tejido socioeconómico de las islas. Por tanto, por cada 100 puestos de trabajo que se crean directamente en el

sector, se generan otros 72 de manera indirecta en el conjunto de la economía del archipiélago.

Para obtener una idea de la evolución de los empleos, podemos analizar la variación de los registros de empleos en el sector de la hostelería, que en los últimos seis años han crecido un 21% en las islas, aunque esta rama de actividad ha perdido un punto porcentual de peso en el conjunto del Sector Servicios (pasó del 18% al 17% entre 1999 y 2005).

3.3.- RENTABILIDAD EMPRESARIAL.

En los últimos años se está detectando una caída de los niveles de rentabilidad de las empresas del sector. Esta merma puede explicarse, además de por el deterioro en la entrada de turistas, por la presencia del doble juego de la contención de precios y el crecimiento de la oferta alojativa, especialmente la hotelera (la residencial es de más difícil aproximación).

Con 2005, son ya 5 años consecutivos de contención de precios en Canarias, con incrementos medios anuales de sólo el 1'1%, por debajo del 3'2% que ha crecido en los hoteles en España y por debajo del propio IPC general, a lo que hay que sumar el desajuste que aún produce el intenso aumento de la oferta alojativa de las islas, a pesar de haber entrado en vigor las Directrices de Ordenación del Turismo.

En este contexto, y con el aumento que se está produciendo en los costes empresariales, los márgenes y beneficios finales del negocio turístico se han venido conteniendo progresivamente, y los empresarios no esperan una clara recuperación en sus ventas para 2006.

4. CONCLUSIONES.

El sector turístico en Canarias está siendo testigo de una transformación estructural de los cimientos tradicionales

de la industria turística a nivel mundial. Esta transformación empieza a afectar a los destinos más consolidados.

Nuestro destino, que oferta mayoritariamente el producto indiferenciado "vacaciones de sol y playa contratadas mediante paquete turístico", ha captado la demanda del mercado europeo como líder durante décadas, pero estos cambios estructurales y la aparición de un turista cada vez más exigente, hacen necesario adaptar el modelo turístico a una nueva dinámica.

La emergencia de destinos competidores en precios, el desarrollo de las compañías aéreas de bajo coste y la aparición de las nuevas tecnologías, así como el uso de nuevas fórmulas de alojamiento han roto la dinámica de contratación y han modificado las preferencias de los turistas. Éstos emplean ahora diversas técnicas que permiten reducir el coste de los viajes y fraccionar la duración de las vacaciones, huyendo del paquete turístico tradicional.

La demanda de este producto tradicional ha empezado a diluirse entre los múltiples destinos que ofrecen un producto de "sol y playa" con costes mucho menores, mientras que nuestra oferta alojativa no ha dejado de crecer en los últimos años, generándose un exceso de oferta que, unido a la contención de precios, reduce la rentabilidad del negocio turístico en las islas.

La importancia del sector para la economía del archipiélago hace absolutamente necesario tomar las medidas pertinentes para, por un lado, contener el exceso de oferta y evitar la caída de la rentabilidad, y por otro, permitir el desarrollo de una oferta diferenciada de alta calidad y valor añadido que, junto con la seguridad que ofrece un destino europeo como Canarias, nos permita competir con los destinos emergentes que ofrecen precios bajos.



