

Tenerife

Canarias

Sociedad

Cultura

Islas

Economía

Deportes

Sucesos

INFORMACIÓN »

Portada

Titulares

Opinión

Nacional

Internacional

Encuestas

Premios

La Opinión



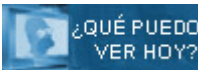
SUPLEMENTOS »



SORTEOS »



TELEVISIÓN »



CARTELERA »



CLASIFICACIONES »



EL TIEMPO »



CALLEJERO »



Google™

Adán Martín cree que Canarias debe ser un destino "tan clásico como París"

El presidente insiste en la necesidad de "reconversión" del turismo isleño

Los implicados en los sectores turísticos, instituciones y la sociedad isleña deben avanzar por un camino económico que convierta nuestra principal riqueza, el turismo, en un clásico, de modo que Canarias no esté sometida a los vaivenes del sector y que los visitantes acudan no sólo porque hay buenos hoteles, "sino por todo el lugar en sí, como a París", afirmó ayer Adán Martín.



A raíz de que la primera ponencia del V Seminario de Economía Canaria de las universidades fue ayer sobre la competitividad turística, el presidente del Gobierno, Adán Martín, se refirió a la "necesaria reconversión" del sector, que desde su punto de vista debe pasar "por una gestión competitiva de la oferta y de la demanda", destacando que Canarias es la primera comunidad autónoma que dispone de una herramienta de análisis del sector turístico, al que van a parar "el 21,2 por ciento de las inversiones", recordó.

El presidente canario explicó que la reconversión del turismo en el Archipiélago debe servir "para encontrar un modelo que sea permanente en el tiempo", un modelo "que no pase de moda y que pueda convertirse en un clásico". Martín afirmó que es necesario "reinventar nuestro modelo turístico" y aludió a algunas de las ventajas del destino turístico canario, tales como "una climatología excelente, de las mejores que existen entre todos nuestros turismos competidores, o la cercanía a Europa", pero también subrayó que el hecho de ser "un destino turístico maduro hace que los costes de mano de obra sean mucho mayores que los de nuestros competidores", citando también "las grandes playas y la vegetación exuberante" de algunos de esos competidores, a la par de sus "costes de mano de obra, hasta diez veces más bajos que los nuestros" y la posibilidad de construir "grandes espacios hoteleros que para nosotros son imposibles al tener un territorio pequeño".

Por ello, el destino turístico canario "no debe ser el hotel en sí, sino el Archipiélago". Como ejemplo de ello se refirió a la capital francesa, París, "que nunca pasa de moda porque la gente acude a esa ciudad, no a un hotel", lo que no significa que su oferta alojativa "no se vaya renovando continuamente", matizó. Adán Martín se mostró satisfecho de las iniciativas de renovación hotelera que se están llevando a cabo en las Islas, indicando que son "más de las que parece", pero también hizo hincapié en la necesidad "de mejorar nuestra oferta complementaria porque, por ejemplo, los restaurantes no pueden dar todos pizzas y platos iguales, sino especializarse y mejorar en vinos, en la calidad de los servicios". En su opinión ese esfuerzo empieza a hacerse, "para mejorar lo que hay fuera del hotel e ir haciendo una marca".

Bulgaria, la mayor competencia en precios

Bulgaria es el país más barato de los que compiten con Canarias, seguido de Marruecos, Turquía y Túnez, según los profesores José Ignacio González, Sandra Morini y Teresa Rodríguez, quienes han medido la competitividad turística de

SERVICIOS

Enviar esta página »
 Imprimir esta página »
 Contacte con nosotros »
 Volver Siguiente

Anterior

MULTIMEDIA

Imágenes

CONTACTOS »
Conózcenos
Localización
Publicidad



Canarias y de todo el conjunto español. Chipre, Grecia y Malta resultan menos competitivos, siendo los países mejor posicionados según los ingresos Bulgaria, Rumanía y Turquía. Esta ponencia abrió ayer V Seminario de Economía Canaria organizado por las dos universidades del Archipiélago y celebrado en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de La Laguna. Asimismo, se concluyó que España ocupa el puesto líder en aplicación de factores medioambientales, de recursos humanos y sociales (seguridad, sobre todo) en el sector turístico frente al resto de países con los que compite. Sin embargo se sitúa en el último puesto en cuanto al factor precio, ya que no puede equiparar sus costes con países como Marruecos o Túnez. Desglosado por categorías, las mejores posiciones en establecimientos de tres estrellas la ocupan Bulgaria, Malta y Túnez, mientras que en esta categoría salen peor parados Chipre, Egipto y Grecia, y Canarias se situaría en una posición intermedia.

[T](#) Inicio

La Opinión de Tenerife. Plaza de Santa Cruz de la Sierra, nº2, Planta Baja
38003 - Santa Cruz de Tenerife
Teléfono: 922 47 18 00