



Canarias acude a Fitur con el objetivo de la recuperación del sector en 2022 y con una estrategia más sostenible

Las islas estarán presentes con un pabellón de 1.425 metros cuadrados en la feria turística de Madrid que se celebra la semana que viene, donde habrá 267 empresas y 660 profesionales canarios acreditados.

El archipiélago refuerza su apuesta por la neutralidad climática al medir la huella de carbono que deja su presencia en Ifema para cuya compensación se han plantado ya 466 árboles.

Turismo de Canarias acudirá a la Feria Internacional de Turismo Fitur 2022 con la vista puesta en la recuperación del sector en el presente año y a través de una estrategia más sostenible en su actividad. Así lo explicó la consejera de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla, en la rueda de prensa en la que detalló la presencia de Islas Canarias en este evento y en la que estuvo acompañada por el director gerente de Turismo de Islas Canarias, José Juan Lorenzo.

“Este año, a pesar de la variante ómicron y de la sexta ola, el destino Islas Canarias estará muy presente en Madrid. Los siete cabildos y las empresas privadas volverán a sentarse con las principales aerolíneas, agentes de viajes, turoperadores y profesionales para, en algunos casos, trasladarles las novedades y numerosas virtudes de nuestras ocho islas y, en otros casos, promover acuerdos de cara a las próximas temporadas”, explicó Castilla.

De hecho, la consejera resaltó “la voluntad, las ganas y la tenacidad del sector en su lucha por recuperarse” y resaltó que existe lista de espera para ocupar los espacios que el pabellón pone a disposición de las distintas compañías. Hasta 267 empresas acudirán al recinto ferial de Ifema y habrá 660 profesionales acreditados. Unas cifras que, aunque todavía no son las de la época prepandemia, sí son muy superiores a las del año pasado, cuando acudieron 159 empresas y se acreditaron 318 profesionales.

En este sentido, Castilla recordó que 2021 estuvo marcado por un gran número de altibajos consecuencia de la mayor o menor intensidad que iba cobrando la pandemia y por la respuesta que se le daba en forma de restricciones intermitentes que iban imponiendo los países emisores de turistas, incluida España.

“A medida que avanzaba el verano y la vacunación en Europa iba alcanzando niveles cada vez más elevados, las perspectivas para el invierno fueron mejorando y dibujando un panorama extraordinariamente positivo, que finalmente se ha visto algo empañado por diversos factores”, explicó la consejera.

Entre estos obstáculos, Castilla enumeró la aparición de la nueva variante ómicron, “mucho menos dañina para los que están totalmente vacunados, pero mucho más contagiosa, lo que ha provocado cancelaciones de viaje de aquellos a los que se pedía test antes de volar”. Asimismo, la exigencia de vacunación completa por parte de España para los británicos mayores de 12 años también supuso la cancelación de viajes familiares.

“Tampoco nos favoreció que España fuera incluida en la lista de países de alto riesgo para Alemania”, añadió la consejera. A estos factores se sumó el 19 de septiembre la erupción del volcán de Cumbre Vieja en La Palma, que frenó en seco la llegada de turistas a esta isla y provocó la cancelación de las programaciones de las aerolíneas hasta finales de marzo. “Una situación que ahora comienza a revertirse tras la finalización de la erupción y que fomentaremos con la puesta en marcha de las medidas impulsadas desde la Consejería en colaboración con el Ministerio de Turismo para impulsar el destino turístico de La Palma”, resaltó Castilla.

Sin embargo, a pesar de todos estos inconvenientes la consejera aseguró que existen motivos para ser optimistas. “Para 2022 las perspectivas son bastante positivas. Se espera que el virus vaya perdiendo fuerza y la demanda latente de viajes continúe en lo más alto, tras dos años de incertidumbre y miedo. Además, la ciudadanía ha ahorrado dinero durante la pandemia por la imposibilidad de gastarlo, un dinero que ahora podrá utilizar para estos



viajes tan anhelados, que además se ven facilitados por el uso extendido del certificado digital”, explicó Castilla.

Aun así, la consejera recordó que existen algunos riesgos como la posibilidad de que haya nuevas olas en la pandemia, la alta inflación o el precio del petróleo que también habrán de tenerse en cuenta. “A pesar de ello y de las cancelaciones que se han producido por la sexta ola, la capacidad aérea de la temporada de invierno todavía registra un aumento del 9% respecto a la época prepandemia”, afirmó Castilla. En total, Canarias cuenta con 7.853.614 plazas aéreas para el actual invierno, es decir, 642.488 más que en el mismo periodo de hace dos años.

“El mercado nacional ocupa un destacado puesto en este incremento y las perspectivas que tenemos para la temporada de invierno son bastante positivas, teniendo en cuenta que los asientos con la península crecen un 11,3%”, añadió Castilla. Se trata del segundo mercado que más crece, sólo superado por Alemania, con un 12,8% más de asientos para esta temporada alta.

Todas las islas se ven beneficiadas por este incremento de capacidad aérea con la península, incluida La Palma, que se encuentra además en el tercer puesto (+18,7%), sólo superada por Lanzarote (+29,1%) y Fuerteventura (21,8%).

“Con estos buenos datos acudimos la semana que viene a Fitur, donde pretendemos afianzar a un mercado emisor español que, además del turismo interno canario, fue el que lideró la recuperación desde la irrupción de la pandemia y el que aportó un mayor volumen de turistas en 2021”, aseguró la consejera. El año pasado llegaron 1.296.265 visitantes desde la península, “por lo que el mercado nacional alivió en gran parte el parón que sufrió nuestro sector debido a las continuas restricciones de movilidad causadas por la pandemia”, añadió Castilla.

La descarbonización

Esta reactivación del sector se realizará a través de lo que “queremos sea una seña más de identidad de las islas y es la apuesta por la sostenibilidad y descarbonización de la actividad turística”, concluyó Castilla.

El director gerente de Turismo de Islas Canarias, José Juan Lorenzo, explicó que para convertir en realidad “esta apuesta por la neutralidad climática sin precedentes, hemos medido la huella de carbono de la presencia de Islas Canarias en Fitur, que es de 83,87 toneladas de CO₂, y la vamos a compensar a través de una intervención ecológica consistente en la plantación de 466 árboles en el municipio grancanario de Gáldar”, anunció Lorenzo. Se trata concretamente de 56 dragos, 112 pinos canarios, 140 almácigos y 158 acebuches que fueron plantados la semana pasada por integrantes de Foresta, la Fundación Canaria para la Reforestación.

“El compromiso con la neutralidad climática resulta clave en Canarias Destino, la estrategia de transformación del modelo turístico que pusimos en marcha en 2020”, recordó Lorenzo. “Los turistas valoran cada vez más la sostenibilidad de sus viajes, por lo que pretendemos que tanto el sector público como el privado se impliquen al máximo en este proceso de descarbonización. Nosotros debemos ser los primeros en dar ejemplo, adoptando medidas que nos permitan reducir o compensar nuestra huella de carbono”, explicó el director gerente de Turismo de Islas Canarias.

Los parámetros que se han valorado a la hora de medir esta huella de carbono han sido el consumo eléctrico, la climatización, el transporte, el hospedaje y los residuos. Más de tres cuartas partes de las emisiones de CO₂ de la presencia del archipiélago en Fitur proceden del transporte aéreo del personal de la organización, mientras que el segundo foco se centra en el transporte por carretera del equipo material del stand.

En cuanto al consumo eléctrico, referido al montaje, uso y desmontaje del stand, Ifema ha asumido el compromiso de contratar energía verde 100% renovable, por lo que no se emitirán gases de efecto invernadero. Lo mismo ocurre a la hora de ponderar la climatización, pues el recinto ferial empleará energía geotérmica, es decir, energía limpia que aprovecha el calor del subsuelo y que, por lo tanto, tampoco contribuirá al cambio climático.

Respecto al transporte, se ha tenido en cuenta el traslado de los asistentes por parte de la organización del



evento, tanto de las instituciones regionales y locales como de las empresas, así como al personal del equipo encargado del montaje y desmontaje del stand y del servicio de mantenimiento de las instalaciones a lo largo del evento.

Además, se ha cuantificado el CO2 ocasionado por el transporte del material, incluyendo el mobiliario, estructuras, elementos multimedia y de iluminación. El trabajo incluye un detallado desglose de trayectos en los diferentes tipos de vehículos utilizados, teniendo en cuenta criterios como el tipo de combustible y la compañía contratada.

Para valorar las emisiones del hospedaje, se ha tenido en cuenta el número de pernoctaciones de toda la organización del evento. Finalmente, se ha calculado la huella de carbono de los residuos generados durante el montaje y desmontaje del stand, que son bastante limitados gracias a la política de reutilización y reciclaje. Principalmente son residuos de madera y, en mucha menor presencia, textil y plástico.

Una app con más contenidos

En esta línea de apuesta por la sostenibilidad, Islas Canarias acude a Fitur con la aplicación digital que ya estrenó en la pasada World Travel Market, donde se puede consultar información sobre las islas a través de pantallas táctiles, que sustituye al tradicional material promocional en soporte papel. “Desde que comenzó la pandemia, los usuarios se han acostumbrado al consumo individual de contenido exclusivamente a través de pantallas y códigos QR, a la vez que ha crecido su preocupación por un uso más responsable y sostenible de los recursos naturales del planeta, y un destino líder como el nuestro no puede quedarse al margen de esta revolución digital y medioambiental”, resaltó Lorenzo.

La aplicación cuenta ahora con nuevas funcionalidades y más contenidos, profundizando en playas, piscinas naturales, miradores, espacios naturales, localidades turísticas, observación de estrellas, avistamiento de cetáceos, centros de ocio, museos y visitas de interés, lugares con encanto, puntos de inmersión bodegas y queserías, senderos y campos de golf.

Además, la app se conecta en tiempo real a la base de datos de recursos turísticos de la marca Islas Canarias, está disponible en los idiomas español, inglés y alemán, y adapta su contenido según la tipología de la feria. Es decir, que para los eventos centrados en el turismo de congresos se muestra información sobre este segmento y en el caso de acudir a una feria de golf, la aplicación se focaliza en los campos, hoteles y oferta concreta para el perfil de este turista.

El stand

Islas Canarias acudirá, como en ediciones anteriores, con un stand de 1.425 m2 que servirá para presentar su oferta y ofrecer un espacio de negocio a la industria canaria. Su diseño destaca por su luminosidad, con los soportes gráficos y audiovisuales como protagonistas, a través de la proyección en pantallas de última generación de paisajes y elementos de las Islas que provocan un efecto inmersivo y transmiten la singularidad del destino.

Se trata de un stand vanguardista cuya ambientación general está dominada por efectos luminosos de movimiento sobre el conjunto de su cubierta y textura. Cuenta con nuevos módulos táctiles con pantallas de 24”, provistas con film antiviral Covid-19, para la consulta interactiva de los recursos de Canarias.

El pabellón incluye cuatro enormes pantallas de 20 m2 de LED transparentes y un nuevo cubo LED que permiten la proyección de logos en movimiento y efectos lumínicos cuasi suspendidos en sus seis caras. Con esta instalación, se persigue crear un gran impacto visual que confiera fuerza y personalidad a la marca Islas Canarias



a través de un enfoque innovador y un gran potencial comunicacional.

Los recursos de diseño de última tendencia, como la gran cubierta flotante en forma de ola o el pavimento en la que se integran tiras de LED mapeables, evocan a través de efectos luminosos en movimiento y cambios cromáticos los colores del océano, vegetación y las tierras de origen volcánico y proyectan una iconografía perfectamente sincronizada.

Como también viene siendo habitual, se prestará especial atención a la oferta de productos agroalimentarios con una zona de degustación de zumos y catas de vino gestionada con la colaboración de las empresas públicas GMR y Hecansa.

El stand, que ya recibió uno de los premios al pabellón más sostenible en la pasada feria de Fitur, se caracteriza por la reutilización de casi todos sus componentes y cuenta con un plan de reciclado de los materiales desechables.

Por ejemplo, para los elementos procedentes de la madera se utilizan materiales ecosostenibles o reciclados y en ningún caso se emplearon maderas naturales o procedentes de árboles exóticos. Asimismo, para los tratamientos de los acabados, como pinturas y barnices, se aplican productos con etiqueta ecológica europea.

También la señalización del pabellón se limita al máximo, sustituyéndola por pantallas led reutilizables que sirven como soporte para identificar los espacios. En aquellas zonas en las que la impresión es inevitable, ésta se realiza con tintas ecológicas de origen vegetal y ecosolventes.

Finalmente, para los equipos electrónicos y de alumbrado se apuesta por el menor consumo de potencia eléctrica a través de luces led, consiguiendo mayor luminosidad con menos vatios.