



Turismo invierte 2,1 millones de euros en infraestructuras para el segmento deportivo

La consejera del área, Yaiza Castilla, anunció este lunes en la Comisión Parlamentaria una convocatoria pública de ayudas para el desarrollo de eventos deportivos con repercusión turística

El pasado año casi 1,8 millones de los turistas que pasaron sus vacaciones en Canarias practicaron alguna actividad deportiva

La Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias invierte un total de 2.145.000 euros en infraestructuras turísticas destinadas al segmento del turismo activo o deportivo en Canarias, como son: la Zona Recreativa Playa de Vallehermoso en La Gomera: 275.000 euros; Acceso, equipamiento y señalización de actividad de buceo en Valle Gran Rey (La Gomera): 87.682 euros; Instalación cargadores solares y equipos biosaludables en playas del municipio grancanario de Telde: 45.000 euros; Adecuación de puntos de despegue y aterrizaje para el desarrollo de la actividad de parapente en la isla de La Palma: 87.682 euros; Proyecto de Centro Ambiental y Recreativo de Mendo, en el municipio palmero de El Paso: 700.000 euros; Vía ciclista insular de Lanzarote: 950.000 euros.

La consejera del área, Yaiza Castilla, detalló, durante su comparecencia este lunes, en la Comisión de Turismo del Parlamento de Canarias, que “este es un mercado estratégico para el Archipiélago “porque diversifica nuestro turismo y permite atraer una tipología diferenciada de visitantes, que no busca principalmente descansar, sino, practicar su actividad favorita o incluso entrenar en unas condiciones tan excepcionales como las que tenemos la suerte de poder llegar a ofrecer”.

Además, anunció una convocatoria pública, desde la propia Consejería, que permita potenciar especialmente aquellos eventos cuya proyección exterior esté garantizada, su vinculación a los valores de la marca Islas Canarias sean más estrechos, y tengan un impacto más profundo en nuestra promoción. Durante el año pasado Turismo de Islas Canarias patrocinó 32 eventos deportivos con un importe global de cerca de 700.000 euros.

En el presupuesto de marketing que gestiona Turismo de Islas Canarias se ha consignado para 2020 una inversión de 1,5 millones de euros para las plataformas de comunicación de golf, navegación, deportes en la naturaleza, deportes de viento y olas como el surf, el windsurf y el kitesurf y buceo.

Este presupuesto específico, que supone un incremento del 50% respecto al año 2019, está destinado a la realización de nuevos contenidos, campañas digitales y en medios especializados, asistencia a ferias sectoriales, etc.

Yaiza Castilla insistió en el mensaje de que “se trata de cambiar, si me permiten la expresión, cantidad por calidad. Este tipo de turistas diversifica geográficamente nuestra actividad fuera de nuestras principales zonas turísticas y disminuye la concentración en segmentos vinculados exclusivamente al disfrute de la oferta tradicional de sol y playa”, señaló.

Para la consejera de Turismo, esta diversificación también se entiende en términos de modelo de negocio, porque incorpora a la actividad turística a empresas especializadas, centros deportivos, entrenadores, fisioterapeutas, transportistas y organizadores de eventos.

Así, contribuye de manera relevante y conjunta a la extensión geográfica de la actividad económica derivada del turismo y de la cadena de valor de la actividad turística.

Además, a juicio de Yaiza Castilla, este tipo de turismo hace más atractiva la oferta turística canaria desde una



perspectiva general y, contribuye a la renovación de la imagen de Canarias como conjunto de destinos turísticos. “Frente al riesgo de que la madurez de nuestro modelo turístico de éxito derive en una imagen anticuada, la imagen que proyecta el turismo activo en nuestras playas y el resto del territorio nos hace más contemporáneos, más dinámicos y más competitivos”.

Y no solo desde la imagen, indicó la consejera, “porque resulta muy positivo igualmente el amplio catálogo de oferta complementaria al alcance de quienes, sin que sea esta su motivación principal de viaje, gustan de probar, aprender o practicar cualquiera de las muchas actividades deportivas que tienen por escenario nuestro territorio”.

“Así, nuestra propuesta de valor se enriquece, se hace más sofisticada y mucho más atractiva”, manifestó.

En 2019, casi 1,8 millones de turistas, esto es algo más del 13% de nuestros visitantes practicaron alguna actividad deportiva, una cifra que no para de crecer.

La Consejería de Turismo cuenta con una Plataforma específica de promoción del turismo deportivo denominada Training Non Stop, una iniciativa promocional que tiene por objetivo acercar las ventajas del archipiélago como lugar de entrenamiento a clubes, asociaciones y equipos.

Desarrollada por Turismo de Islas Canarias, cuenta con una web en 6 idiomas, además del español, y su objetivo es potenciar un segmento y nicho de mercado con un gran interés por su capacidad de gasto en destino, puesto que requiere de un alto número de servicios complementarios. Es un complemento a toda la promoción vinculada al turismo activo y dirigida, fundamentalmente, al turista final.

Situación del Turismo

La consejera de Turismo compareció en la Comisión de Turismo para explicar la situación actual del turismo, sobre lo que avanzó que “el sector del negocio de viajes europeo, en consonancia con la Agencia Internacional de Energía, estima que para el verano la situación será más favorable”.

La Agencia Internacional de la Energía (AIE) calcula que la demanda de crudo habrá caído en el primer trimestre en 435.000 barriles diarios respecto al mismo periodo del año pasado.

Esta agencia internacional reconoce que todavía es difícil precisar cuál será el impacto global del coronavirus sobre el petróleo, no obstante sus estimaciones parten de un retorno progresivo a la normalidad en el segundo trimestre de 2020.

La AIE parte de un escenario basado en el estallido del SARS que sacudió China en 2003, en el que la epidemia pueda ser controlada antes del verano.

Con respecto a la temporada de verano, y siempre al margen de cómo evolucione en el tiempo la actual crisis por el Covid-19, en estos momentos ya supera el número de plazas que el pasado año.

Es decir, casi 10 millones de plazas, un 1% más que el verano pasado, a pesar de que Canarias no cuenta con las casi 380.000 plazas que operó Thomas Cook UK el pasado verano.