



**ASUNTO.- España como destino de turismo deportivo**

**Roquetas de Mar, 11 de mayo de 2017**

(SALUDOS Y AGRADECIMIENTOS)

Buenas tardes,

El que fuera campeón mundial de ajedrez entre 1894 y 1921 -creo que su record todavía no ha sido batido- además de matemático y filósofo, el alemán Emanuel Lasker, decía que *cuando veas una buena jugada, trata de encontrar otra mejor.*

Pienso que ésta es una excelente consigna de comportamiento y de vida, y que, por supuesto, rige también para y en el deporte; pero creo igualmente que, cuando hablamos del binomio de éste con el turismo, es una consigna que no funciona. Básicamente, porque no hay jugada mejor.

Sras. y Sres.,

Turismo y deporte conforman siempre una suerte de excelente simbiosis, una unión ganadora.



Y ello a pesar de que, evidentemente, no estamos exentos de riesgos a los que hay que prestar debida y suficiente atención. El crecimiento claro está es importante, al igual que la rentabilidad, pero nunca a cualquier precio si me permiten la expresión, porque corremos el riesgo no sólo de agotar recursos y modelos, sino también de concitar el descontento público hacia este segmento turístico, tan relevante y aún con tanto potencial; un segmento a la altura, creo que ya podemos afirmarlo, del turismo cultural o gastronómico.

**(DIAPO 1)** Como bien saben todos Uds., 2017 es el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo; un año en el que, de la mano de Naciones Unidas y de su organismo especializado, la Organización Mundial del Turismo, volvemos a recordar como este sector, el turístico, es a nivel mundial uno de los ámbitos socioeconómicos de mayor envergadura y crecimiento de nuestra época, gracias al que, evidentemente además, se estimula el crecimiento económico, y se crea trabajo y oportunidades empresariales.

A nivel mundial y, por supuesto también, a nivel nacional.



Nuestro país ha cerrado el primer trimestre de 2017 con la cifra récord de 13 millones de turistas internacionales, según la encuesta Frontur-Movimientos Turísticos en Frontera, que elabora el Instituto Nacional de Estadística. Esta cifra supone un incremento del 9,3% con respecto a los tres primeros meses de 2016.

Pero es que además, según el último Boletín trimestral de coyuntura turística (COYUNTUR), para el segundo trimestre del año se prevé que continúe el crecimiento de la entrada de turistas internacionales y del gasto total asociado, y que se alcancen las cifras de 23 millones de llegadas y de 23,1 mil millones de euros de gasto, lo que supondría incrementos respectivos en torno al 13% y 14%. A lo que habremos de sumar también que se espera que el número de afiliados a la Seguridad Social vinculados al turismo siga una dinámica de crecimiento similar a la del año anterior.

La contundencia de los datos fundamenta que España sea la segunda potencia mundial del turismo y que, a tenor de los últimos publicados, el peso del turismo haya alcanzado en nuestro



país los 119.011 millones de euros, esto es el 11,1% del PIB español.

**(DIAPO 2)** Este liderazgo turístico mundial contribuye incuestionablemente a la generación de riqueza, al empleo y al bienestar de nuestros conciudadanos, y esa debe de ser la senda sobre la que tenemos que seguir avanzando.

Avanzando también, como no, de la mano y con el deporte.

El último Anuario de Estadísticas Deportivas apunta como los residentes en España realizaron 2.545,8 miles de viajes por motivos principalmente vinculados al deporte, cifra que supone el 3,1% del total de viajes realizados por ocio, recreo o vacaciones. El gasto total asociado a estos viajes fue de 474,9 millones de euros. Por su parte, y según la misma fuente, las entradas de turistas internacionales que realizaron actividades deportivas, se estiman en 10.576,4 mil, con un gasto total asociado de 11.483,8 millones de euros.

En febrero de este año, un diario económico de tirada nacional se hacía eco de cómo a nivel internacional, y según el Consejo Mundial del



Viaje y el Turismo, el turismo deportivo era ya la cuarta parte de los ingresos del sector. Se recordaba además, que mientras que el modelo de sol y playa generaba miles de puestos de trabajo temporales, el turismo deportivo era sinónimo de crecimiento sostenible, con una incidencia real en el tejido socioeconómico del enclave en el que se desarrolla, y con una clara superación de la, tan poco deseada, estacionalidad.

**(DIAPO 3)** Quizás por ello, no sea extraño que la última memoria de actividades publicada por el Instituto de Turismo de España apunte que, desde el punto de vista de la estrategia de promoción internacional, el producto “turismo deportivo” ha sido definido como prioritario por los siguientes mercados emisores: Alemania, Austria, Bélgica, Holanda, Suiza, Dinamarca, Finlandia, Irlanda, Noruega, Rusia, Suecia, EEUU, Canadá, Argentina, Colombia, Venezuela, México, India y Sudeste asiático.

En consecuencia, las distintas OETs muestran un importante esfuerzo en la promoción de este producto en todas sus modalidades, de modo que casi el 9% de las actividades ejecutadas en 2015 estuvieron dedicadas al mismo. Esto corresponde



a 461 acciones (incluye deportes activos y de aventura, deportes acuáticos, deportes de invierno, golf y otros deportes), de las que 11 fueron patrocinios de eventos o competiciones deportivas en los mercados emisores de Suecia, Noruega, Finlandia, Irlanda, Bélgica, Austria, Estonia y Polonia.

Turespaña viene estableciendo además, desde hace unos años, una línea de colaboración con las asociaciones y Clubs más relevantes del país en turismo deportivo, en lo relativo a la promoción exterior de sus productos, con el objetivo de apoyarles en su estrategia de promoción internacional, facilitarles la información necesaria sobre mercados emisores y oportunidades para la promoción internacional de sus respectivos productos así como desarrollar acciones conjuntas integrándolas en la planificación estratégica de Turespaña.

Y en consonancia con todo ello, el Instituto realiza importantes esfuerzos promocionales en cuatro ámbitos concretos de especial relevancia:

- El turismo del golf: España ostenta la segunda posición en el mundo, por detrás de Estados Unidos, en recepción de turistas



extranjeros cuyo motivo principal para viajar es jugar al golf, y el primer lugar en Europa, realizándose en 2015 114 acciones de promoción por el Instituto de este específico turismo deportivo.

- En segunda instancia, el turismo náutico: con 7.880 km de litoral y un clima privilegiado, España es un país excelente para la práctica de la náutica y los deportes acuáticos, acometiéndose en 2015 se han realizado más de 70 acciones de promoción en los mercados nórdicos, Portugal, Italia, Reino Unido, Rusia, Suiza, Chequia, Irlanda, Estados Unidos, Holanda, Bélgica y Alemania.

Y aquí, por cierto, cabría recordar que no sólo son los kilómetros de costa, sino la calidad de las mismas: ayer mismo se publicaba como España ha obtenido un total de 684 'Banderas Azules' (579 playas, 100 puertos deportivos y 5 embarcaciones turísticas) que ondearán a partir de junio de este año, lo que, aunque con un leve descenso de dos banderas respecto a las 686 registradas en 2016, vuelve a colocar a nuestro país como líder del ranking mundial, y tanto de playas como a nivel global, seguida de Grecia,



Francia, Turquía, Italia y Portugal: una de cada seis banderas azules que ondee en el mundo, lo hará en el litoral español.

- El tercer esfuerzo promocional del Instituto de Turismo de España, es el turismo de cruceros, que constituye una modalidad mixta donde se combina el elemento náutico con el cultural y de ciudad, ya que la mayor parte de los cruceros pueden considerarse itinerarios turísticos, en los que el alojamiento es el buque, y los lugares visitados, las ciudades y destinos aledaños que toca el mismo.

En 2015, más de 8,4 millones de cruceristas recalaron en los puertos españoles, un 9,4% (3.856 barcos de crucero, un 4,13% más). En pocos años, España se ha situado en segundo lugar de la clasificación europea como destino de cruceros, por detrás de Italia. Barcelona, 1er puerto español, con 2,5 millones de cruceristas en 2015 (+7,44%), es el cuarto puerto base del mundo. Le siguen en España Baleares (1,7 millones, +10,1%), Las Palmas (1,2 millones, +17,4%), Santa Cruz de Tenerife (933.121 pasajeros, +10%) y Cádiz (411.452 viajeros, + 7,9%).





- Finalmente, la importancia de este segmento del turismo implicó una reorganización de su presencia en *spain.info* al objeto de, por un lado, hacerlo más visible y accesible para el usuario, conectándolo con el resto de los contenidos y con las experiencias comercializadas, y, por otro, ordenándolo de forma coherente con el propio catálogo de productos del plan de marketing de Turespaña y con los productos turísticos que la Secretaría de Estado apoya y fomenta desde su Subdirección General de desarrollo. Para ello se creó una sección de “Deportes”, que contiene páginas con contenidos específicos sobre BTT, cicloturismo, estaciones náuticas, buceo, piragüismo y kayak, surf, windsurf, kitesurf, escalada y alpinismo, turismo ecuestre, multiaventura, esquí y golf.

**(DIAPO 4)** Es evidente, España apuesta por su turismo deportivo como un producto de calidad al que posicionar.

Y en este posicionamiento, si me permiten, quisiera hacer una referencia a otro elemento esencial para la dinamización de este producto de



calidad: las competiciones internacionales que, todos los años, se celebran en España.

Algunos de ellos declarados como acontecimientos de excepcional interés público a los efectos de la Ley de mecenazgo –aunque respecto de algunos aún tendremos que esperar aún a la aprobación de la Ley de presupuestos- y ahí nos encontramos con los Juegos Mediterráneos de 2018 en Tarragona, la “4ª Edición de la Barcelona World Race”, la “World Roller Games Barcelona 2019”, la “Madrid Horse Week 17/19” o los “Campeonatos del Mundo de Canoa 2019”, la celebración de estos eventos deportivos –a los que habría que añadir los cientos, sino miles, de ámbito nacional e internacional que se celebran en un país, afortunadamente, tan polideportivo como el nuestro-, la celebración de estos eventos decía, supone un flujo de participantes, cuerpos técnicos, acompañantes y espectadores, sin duda a tener muy en cuenta dada la incuestionable aportación a la generación de riqueza de sus sedes consecuencia directa del gasto asociado al consumo y estancia.

Permítame sólo un breve apunte sobre los XVIII JUEGOS MEDITERRÁNEO: en los 10 días de



competición, llegarán a Tarragona y a su territorio 4.000 deportistas de 26 nacionalidades diferentes, 1.000 jueces y representantes de las Federaciones internacionales y de Comité Internacional de los Juegos, 1.000 periodistas de todo el mundo, 3.500 voluntarios para cubrir las necesidades de organización, y finalmente, se estima, más de 150.000 espectadores.

Unos datos que siempre se repiten en los macro eventos deportivos: recordemos algunos:

Las 129.890 personas que, según la prensa, han asistido al pasado Gran Premio de España de Motociclismo en el Circuito de Jerez, mejorando las cifras del año pasado en casi 10.000 personas (120.255 personas en 2016), o las 55.000 de todo el mundo que acudieron a la playa de Pantín en Ferrol para ver el Pantín Classic Galicia Pro de Surf del pasado año, por citar dos únicos ejemplos en extremos geográficos de España. Pero tenemos la inmensa fortuna, la riqueza, de encontrar ejemplos por toda nuestra geografía y de todas y cada una de las modalidades deportivas existentes. Porque España, no nos cansamos de recordarlo desde el Consejo, es polideportiva.



Los datos, insisto, suelen ser siempre abrumadores, pero es entonces cuando debo volver al inicio:

Sostenibilidad y responsabilidad desde todos los prismas a la hora de afrontar el, siempre reto, de organizar un evento deportivo, sea cual sea su magnitud, sea cual sea su nivel competitivo. Sostenibilidad y responsabilidad que no habrán de estar reñidas, por supuesto, con la calidad y con la competitividad.

Bajo este prisma y con estas referencias, el Consejo Superior de Deportes siempre apoyará las iniciativas que se presenten: y es que no sólo son positivas para nuestra economía, sino que también para el ámbito estrictamente deportivo: la competición –cuya principal representación es el campeonato, el evento- siempre revierte positivamente, y ello tanto para el deportista de alto nivel que compite, como por el estímulo que supone para el fomento del deporte base y de la práctica deportiva y de actividad física en general.

En este apoyo seguiremos financiando eventos deportivos, así como también a nuestras federaciones deportivas, y, en este ejercicio presupuestario –y una vez más, de aprobarse



evidentemente los presupuestos-, implementaremos una nueva herramienta de colaboración con las corporaciones locales, una línea de ayudas, para la realización entre otras de obras de adaptación a los reglamentos de competición estatales, y obras en infraestructuras deportivas relacionadas con la celebración de competiciones de carácter internacional.

**(DIAPO 5)** Finalizo ya con una breve mirada a Europa.

La Resolución del Parlamento Europeo, de 29 de octubre de 2015, sobre nuevos desafíos y estrategias para promover el turismo en Europa, recuerda que para vencer la estacionalidad hay que concentrar mayores esfuerzos en el desarrollo de productos turísticos específicos que ofrezcan a los viajeros experiencias turísticas concretas y respondan a sus necesidades específicas. Y ahí está, indudablemente, nuestro campo, el deporte y, como no, los eventos deportivos.

Un turismo deportivo sobre, y cito textualmente, el Parlamento *“subraya especialmente su potencial, el cual puede constituir uno de los sectores más dinámicos del futuro crecimiento turístico de Europa, y pide que se instauren políticas*



*específicas para su promoción y apoyo; recuerda la importancia de las actividades deportivas para el atractivo turístico de los territorios europeos; subraya las oportunidades derivadas de los desplazamientos de deportistas y espectadores tanto en la fase de preparación como durante las propias competiciones deportivas, que pueden atraer turistas incluso a las regiones más apartadas; hace hincapié en que aún se puede aprovechar mejor el potencial del turismo deportivo”.*

Estimados congresistas, es evidente,

Europa, España, y por supuesto Andalucía, tienen en el turismo deportivo la jugada no buena, sino mejor, de Emanuel Lasker.

Muchas gracias.