



EL TURISMO DEPORTIVO COMO OPORTUNIDAD PARA LOS DESTINOS DE MONTAÑA.

IX CONGRESO INTERNACIONAL DE TURISMO DE NIEVE Y MONTAÑA.
Andorra 2- 4 de marzo de 2016. San Juliá de Lòira

Ana Cristina Gozalo Ausin

INSTITUTO
DE TURISMO
DE ESPAÑA



EL TURISMO DEPORTIVO COMO OPORTUNIDAD PARA LOS DESTINOS DE MONTAÑA.

ORIGEN. El **turismo de montaña** está basado inicialmente en la modalidad de esquí y alpinismo, que fueron introducidos en España a finales del siglo XIX, aunque no fue hasta la década de los sesenta cuando adquirió desarrollo en España.

DEFINICIÓN. Actualmente se entiende como turismo de montaña un concepto amplio que incluye esquí alpino (estaciones de esquí, en todas sus modalidades), montañismo (senderismo), escalada, alpinismo y se han ido incorporando modalidades de Turismo activo que tengan su actividad en la montaña (tales como cicloturismo, barranquismo...)

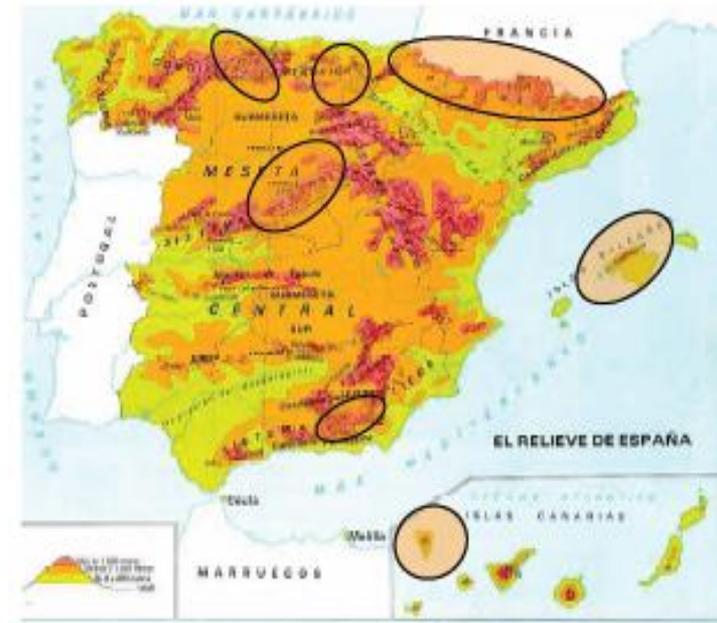




El Turismo de Montaña en España

España es el segundo país más montañoso de Europa.

$\frac{1}{4}$ superficie España por encima de 1000 metros de altitud.





Grandes destinos de deportes de invierno: los Pirineos, Sierra Nevada.

Recursos de turismo de montaña por todo el país, incluidos los archipiélagos: Pirineos, Montes Vascos, Picos de Europa, Sierra de Guadarrama, Sierra Nevada, La Palma, Sierra de Tramuntana (Mallorca).



Sierra de Tramuntana, patrimonio mundial de la UNESCO



DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS DE MONTAÑA: LA ACTIVIDAD DE LA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA ESPAÑOLA

- **Planes de Excelencia y Dinamización de la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la Pyme (1992-1998).**
- **Plan de Impulso del turismo de naturaleza (2005)**
- **Norma de calidad de las Estaciones de Esquí y Montaña. UNE 188002 sobre los requisitos de calidad de las estaciones de esquí. (2006)**
- **Apoyo Técnico para la armonización de la normativa en materia de Turismo Activo (2006-2007)**





DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS DE MONTAÑA

- 2009-2011. Plan de Desestacionalización Turística del Valle de Arán.
- Impulso a la creación de agrupaciones de empresas Innovadoras (2009-2014). Desde 2009 asociación TUREBE y desde 2013 el Clúster de Turismo de Montaña
- Plan Integral del Turismo Rural (2013-14)
- 2014 Comisión especial del Congreso sobre medidas para evitar la despoblación de las zonas de montaña, a través del desarrollo turístico
- 2015 Convenio de fomento del Ecoturismo en la red de parques nacionales y reservas de la biosfera

Departament de Turisme



BAQUEIRA/BERET



Departament de Turisme
de les Illes Balears



Departament de Turisme
de Euzkadi



Turebe

Agrupación Empresarial Innovadora
Ecoturismo Responsable
en la Biosfera

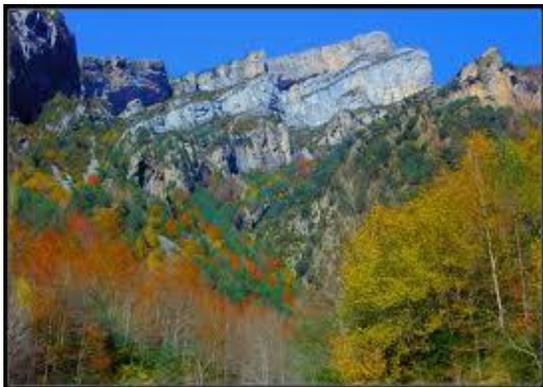


Promoción internacional del Turismo de Montaña

2007-2008 Estudio de Turismo de Montaña

LA OFERTA

- **Concentración de la oferta de Alojamientos**
- **Destinos mejor estructurados.**
- **Accesibilidad a los destinos de montaña**



Canón de Añisclo, Pirineo de Huesca



Valle de Boi, Pirineo Catalán



Ruta del Cares, Picos de Europa



Promoción internacional del Turismo de Montaña

LA DEMANDA

- Características de la demanda potencial.
- Comercialización de los productos de montaña



Promoción del turismo de montaña

- Los principales mercados emisores
- Las principales motivaciones de los turistas de montaña en España
- Los datos

AÑO	DEPORTE	VIAJEROS	GASTO	PERNOCTACIONES
2012	ESQUÍ – NIEVE	118.024	132.589.500€	1.113.219
	SENDERISMO-MONTAÑISMO	2.444.406	2.460.958.155€	27.642.729
	DEPORTES DEE AVENTURA	357.137	342.571.170€	4.422.980
2013	ESQUÍ – NIEVE			
	SENDERISMO-MONTAÑISMO	2.803.573	2.810.646.156€	31.045.788
	DEPORTES DEE AVENTURA	360.987	349.428.893€	4.356.573
2014	ESQUÍ – NIEVE	142.646	165.540.028€	1.566.484
	SENDERISMO-MONTAÑISMO	3.090.309	3.073.519.512€	34.697.614
	DEPORTES DEE AVENTURA	502.849	531.158.533€	6.264.383
2015*	ESQUÍ – NIEVE			
	Enero/ SENDERISMO-MONTAÑISMO	2.383.602	2.311.928.705€	28.185.606
	Sept. DEPORTES DEE AVENTURA	458.499	468.726.159€	5.376.685



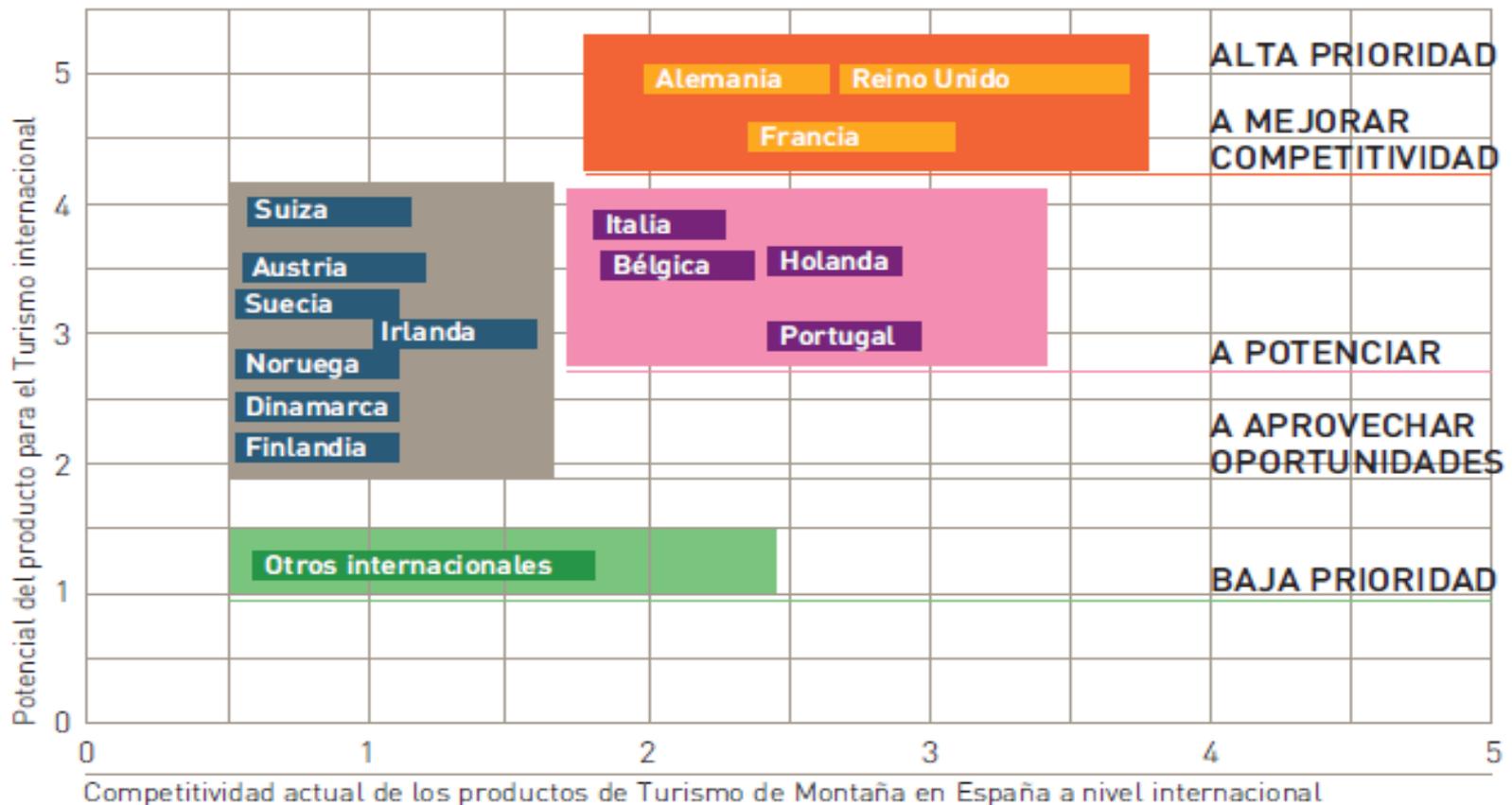
ESTRATEGIA DE PRODUCTO TURISMO DE MONTAÑA EN ESPAÑA





Estrategia de Mercado

ESTRATEGIA DE MERCADO "TURISMO DE MONTAÑA EN ESPAÑA"





Plan de Actuación Turismo de montaña

Eje 1: Organización y Gestión del sector de turismo de montaña en España.

Eje 2: Mejora de la competitividad de los destinos de montaña.

Eje 3: Mejora de la competitividad y especialización de los productos turísticos prioritarios de montaña.

Eje 4: Información, Promoción y Comercialización.



Plan de Actuación Turismo de montaña

Eje 1: Organización y Gestión del sector de turismo de montaña en España. creación de Agrupaciones de Empresas Innovadoras: Clúster de Turismo de Montaña, y Asociación Turebe (ecoturismo)

Eje 2: Mejora de la competitividad de los destinos de montaña. Creación de producto turístico diferenciado en los destinos de montaña.

Eje 3: Mejora de la competitividad y especialización de los productos turísticos prioritarios de montaña.

- Senderismo
- Cicloturismo
- Deportes de aventura
- Esquí



Plan de Actuación Turismo de montaña

Eje 4: Información, Promoción y Comercialización. En los Planes Operativos de marketing de Turespaña en 2016 acciones de:

- **Turismo de Nieve.** Se realizan acciones de promoción en los mercados de Reino Unido, Bélgica y Holanda
- **Actividades** de disfrute **en la montaña** a través de otros deportes: cicloturismo, turismo ecuestre, senderismo
- Actividades de **Turismo Activo**, realizadas con la coordinación de ANETA en Reino Unido
- Promoción de los **Parques Nacionales** en Reino Unido, Holanda, Alemania, Austria, Suiza, Suecia, Noruega, Dinamarca, Finlandia y Rusia. Centenario de los Parques Nacionales de España.

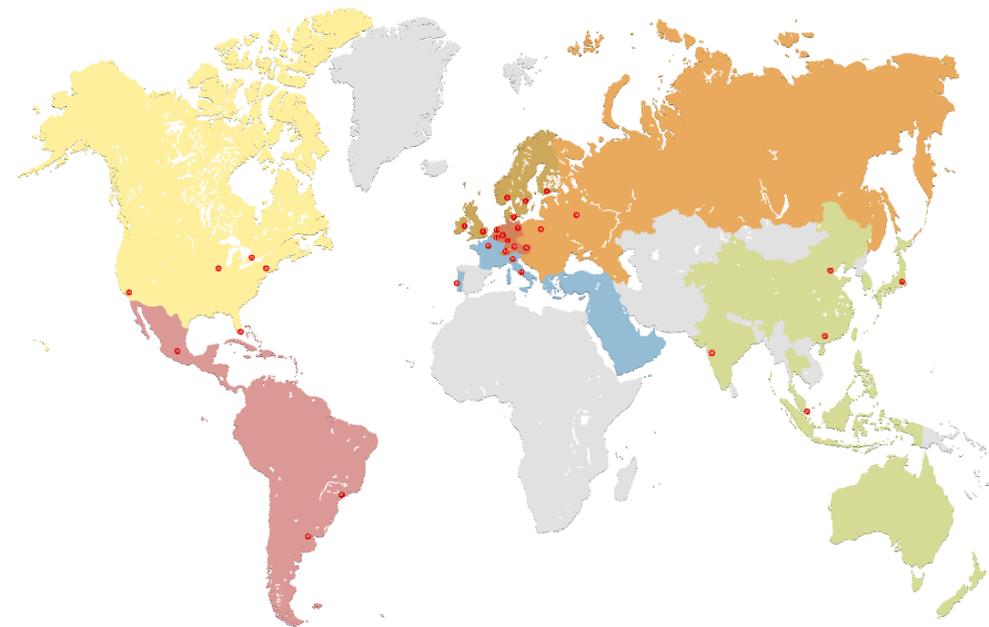


TURESPAÑA: Red de Oficinas de Turismo en el Exterior

33, oficinas que dan cobertura a 79 mercados

agrupados por tipologías en 8 áreas geográficas

MÁS DE 60 AÑOS AL SERVICIO DEL TURISMO ESPAÑOL



- Desarrollando **inteligencia** de mercados.
- Posicionando la **imagen** de España en el exterior.
- Relacionándose con **prescriptores** de opinión, medios de comunicación y operadores turísticos.
- Apoyando la **comercialización** de los destinos y empresas turísticas españolas.
- Ejecutando los **Planes Operativos Anuales** consensuados con las CC.AA. y clubes de producto



Principales actuaciones de Turespaña

PLANES OPERATIVOS ANUALES (POA)

Ejecutados por las Consejerías españolas de turismo en el exterior en 2015

+ 3.000 actividades anuales

de promoción y apoyo a la comercialización de los destinos españoles en mercados internacionales

241.097 agentes de viajes
internacionales

20.561 periodistas

+ 1.000 viajes de
familiarización y prensa

+ 3.000 artículos
publicados en medios
internacionales

Llegando a un número de
mas de **57 Millones de**
consumidores

+ 174 millones de
Impactos



Anacristina.gozalo@tourspain.es

www.tourspain.es