

ENTORNO

El turismo deportivo mira a septiembre tras perder el 80% de su negocio por el Covid-19

El turismo deportivo en España movió 2.258 millones de euros en 2019, y los operadores del sector del turismo activo dan por hecho que, como mínimo, dejarán de facturar 1.580 millones de euros entre abril y agosto de 2020.

P. López
5 jun 2020 - 04:59



Viajar para correr un maratón, esquiar o jugar al golf no es extraño en España, un país que desde hace años quiere virar su modelo turístico para no depender en exceso del de sol y playa. En esa apuesta, el deporte aspira a jugar un papel protagonista. El turismo dejó en España 124.292 millones de euros en 2020 a través de la llegada de viajeros internacionales y el desplazamiento de turistas nacionales. Sólo un 1,8% de ese negocio lo generó el turismo activo, que movió 2.258,4 millones de euros, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). La crisis de coronavirus ha golpeado de lleno esta industria, que mira con esperanza dos fechas en el calendario: el 22 de junio y el 1 de julio.

El 22 de junio España abrirá fronteras terrestres con Francia y Portugal y se permitirá la movilidad entre provincias con la finalización del estado de alarma. El 1 de julio el país se abrirá al turismo extranjero al levantar la cuarentena obligatoria. “A partir de entonces esperamos a recibir turistas internacionales, pero prevemos que entre marzo y agosto perderemos el 80% del negocio que mueve el turismo activo en el país”, explica Óscar Santos, presidente de Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo (Aneta).

Los más optimistas apuntan a una pérdida del negocio del 70%, pero, en cualquier caso, implica dejar de facturar entre 1.580,9 millones y 1.896 millones de euros en 2020. El Gobierno ha intentado reactivar la actividad entre los viajeros nacionales, permitiendo desde la fase 1 excursiones y turismo de naturaleza en grupos de diez personas, que ascienden a veinte en fase 2 y a treinta a partir de la última fase. Con la posibilidad de desplazarse entre provincias una vez finalice el estado de alarma, los operadores de turismo activo del país se encomiendan al consumo interno.

“Los residentes serán nuestros aliados y no debemos escatimar esfuerzos en dirigirnos a la demanda interna; debemos transmitir tranquilidad y seguridad, y es mucho más sencillo hacerle llegar ese mensaje al turista nacional que al de fuera”, apunta Santos. Aunque la demanda del turista residente se dispare, la industria del turismo activo no esconde que se verá muy mermada por la falta de viajeros internacionales, que son los que generan el mayor impacto económico.

En España, el turismo activo depende del viajero internacional. El 65,7% del gasto total procedió de los bolsillos del turista extranjero, y sólo el 34,3%, del residente. Además, un viajero de fuera de España gasta más por persona y día de viaje, y acostumbra a realizar estancias más largas. Mientras que los residentes apuestan por escapadas de fin de semana para hacer deporte en España con un gasto diario de 82,5 euros, el extranjero contrata de media seis días y gasta 155 euros por jornada.

El deporte quiere presentarse al sector como una opción más sostenible y que genera más ingresos a un país que está trabajando por diversificar su modelo turístico. Por ejemplo, el turismo de sol y playa genera un gasto diario por extranjero de 137 euros, un 13% menos que el deportivo. Entre los residentes, el gasto deportivo prácticamente dobla al de sol y playa.

Disciplinas como golf, tenis y náutica, que permiten respetar las distancias de seguridad, podrían ser vistas con buenos ojos por los deportistas que destinan sus vacaciones a ejercitarse. La disciplina que podría verse más afectada es el *running*. Si bien durante verano no se organizan carreras populares ni maratones, de cara a otoño podría recuperarse parte del terreno perdido por la cancelación de eventos en primavera. De hecho, el Maratón de Barcelona está trabajando para posponerse a octubre, mientras que el Maratón de Madrid se ha retrasado a noviembre.

No es una cuestión menor, ya que son eventos que suelen congregarse a un elevado número de participantes extranjeros. El Maratón de Barcelona de 2019 contó con el 50% de corredores extranjeros y procedentes de 107 países. El Maratón de Valencia, que este año ha conseguido la etiqueta platino que lo certifica como una de las mayores pruebas de resistencia del calendario internacional, alcanzó el 39% de corredores extranjeros el año pasado, mientras que el 34% procedieron de fuera de la Comunidad Valenciana.

“Hacer grande el Maratón es también hacer grande Valencia, por su repercusión turística e impacto económico, algo que no sería posible sin el apoyo del Ayuntamiento”, apunta Juan Botella, gerente de la SD Correcaminos, organizador de la cita. Como prueba, el impacto económico del evento, que en 2019 aumentó un 29%, hasta 23,8 millones de euros.