

## Reportaje semanal. "Turismo en plena ebullición"

Date : 30 diciembre, 2017



*La actividad turística en La Gomera encadena año tras año mejores cifras y un constante crecimiento*

*Curbelo señala que los principales retos son “avanzar, definir y lleva a cabo la máxima calidad en destino para buscar siempre la excelencia turística”*

*La llegada de cruceros sigue sumando datos positivos y en continuo crecimiento ejercicio tras ejercicio*

La actividad turística en La Gomera encadena ejercicios seguidos de excelentes cifras y constante crecimiento. Las buenas noticias se suceden y vienen a confirmar que el turismo se ha convertido en un sector emergente y con gran pujanza, hasta el punto de ser el que tiene mayores posibilidades de futuro y sin competidor posible a la vista.

El presidente del Cabildo de La Gomera, Casimiro Curbelo Curbelo, lo sentenció de una forma muy gráfica en su momento: “El turismo para nosotros es como el agua para vida”. Años después el también diputado regional indica que esta “debe ser y seguir siendo la actividad principal que fortalezca nuestra economía”. Curbelo apunta que los próximos retos son “avanzar, definir y llevar a cabo la máxima calidad en destino para buscar siempre la excelencia turística, poniendo en valor todos nuestros recursos y potencialidades, que no son pocos, para hacer de La Gomera una Isla sostenible”. No obstante, el presidente del Cabildo matiza que no se debe dejar de lado a otros sectores productivos y continuar con la apuesta por la diversificación económica en el sector primario, la industria, comercio y tecnología.

Uno de los aspectos más llamativos de este fenómeno ha sido la llegada constante de visitantes en los cruceros a los puertos de San Sebastián y Valle Gran Rey. En 2017 las cifras no sólo se mantienen, sino que también se incrementan hasta llegar a los más de 95.000 viajeros, lo que supone todo un éxito.

Aunque la estancia de estos turistas es efímera, dejó en la Isla un total de 1,2 millones de euros en gastos. Y más importante aún, estos turistas se convierten en los auténticos embajadores y agentes promocionales de la Isla a su vuelta a los países de origen. Por ello, no es raro que muchos regresen a La Gomera para pasar vacaciones más largas o que así se lo recomienden a sus amigos y conocidos.

Nada más desembarcar del crucero, el viajero se acerca de forma inmediata a la realidad cultural, gastronomía, folclórica y artesanal y a los valores naturales de la Isla. Para ello se organizan actuaciones musicales, exhibiciones del silbo o una muestra de elementos artesanos. No puede faltar, por supuesto, una detallada información de las rutas y actividades que es posible realizar para aprovechar al máximo su estancia y de los servicios que ofrece la Isla.

El ejercicio de 2016 ya había sido excelente para el sector. En aquel entonces llegaron a sumarse más de 80.000 turistas por encima de 2015, se alcanzaron las 910.000 pernoctaciones y los 11,4 días de estancia media, una cifra que es superior a la del resto de Canarias. Poco a poco se va avanzando también en distribuir la llegada de visitantes a lo largo de los meses de forma equitativa y equilibrada, eliminando así la estacionalidad que obligaba a cerrar las puertas de las empresas durante la conocida como “temporada baja”.

La promoción se ha convertido en la auténtica base de este éxito. Las campañas realizadas en ciudades alemanas, austriacas, holandesas, belgas, francesas, escandinavas, inglesas y españolas son constantes. Por un lado se trabaja en asentar los mercados y por otro en conquistar nuevos destinos. El Plan estratégico promocional 2016-20 supone la auténtica hoja de ruta de esta actividad y en el mismo se contempla la asistencia obligada a ferias como Fitur en Madrid, *Thelegraph Outdoor* y *Adventure and Travel Show* en Londres, relacionadas con los actividades al aire libre y en el que La Gomera presenta como oferta estrella el avistamiento de cetáceos. Otro tanto ocurre con la ITB de Berlín y la *World Travel Market* de Inglaterra, la CMT de Stugartt, la Feria Internacional de Turismo (FREE) de Alemania, el Salón Mundial de Turismo de París y el Internacional de Nantes.

Pero La Gomera también ha estado presente en la Feria *Vakantibeurs* de Holanda, la Helsinki de Finlandia, la *Dublin Holiday World*, *Salon de Vacances* de Bruselas, la *Reisen* de Hamburgo, la *Alle Dinamarca* o la *Navartur*. Cualquier oportunidad de dar a conocer los encantos de la Isla son aprovechados, con la conciencia de que se trabaja sobre seguro y que se despertará la curiosidad de los asistentes a estos foros.

A principios de 2017 las ciudades de Augsburg, Mannheim, Colonia, Erfurt y Berlín acogieron unas jornadas organizadas por el touroperador FTI, dirigidas a los profesionales y que atrajo el interés sobre la oferta hotelera y extrahotelera entre más de 400 agentes de viajes. También se ha estado presente en la *B-Travel* de Barcelona dirigido al turismo experiencial, a la de ecoturismo de Doñana, en Expovacaciones de Bilbao, en la *TSS Jahrestagung* de Stuttgart que reunió a 500 agencias de viajes de Alemania, Austria y Suiza, *Ecotrail* de Estocolmo, la *Yoga Games* de Suecia y el expo-maratón de Estocolmo. A la vez imágenes de La Gomera se han podido observar en vallas y marquesinas iluminadas o en *banners* en medios digitales en Berlín, Munich, Düsseldorf, Hamburgo, Colonia, Stuttgart, Salzburgo y Viena.

Desde el Cabildo se ha hecho una apuesta muy clara por las redes sociales en países como Francia, Holanda, Bélgica y Luxemburgo. El principal resultado ha sido un importante incremento del 9,1% en las búsquedas de este destino en el mercado alemán con respecto a 2016 y que La Gomera haya sido el destino canario que más creció a la hora de obtener alojamiento por este mismo sistema.

También se ha dado a conocer el Silbo en lugares como Estocolmo y más concretamente en el Instituto Cervantes, donde este lenguaje había despertado curiosidad.

De forma paralela se ha hecho una apuesta por la promoción en Canarias con el fin de atraer al turista del Archipiélago para lo que se han situado imágenes de la Isla en guaguas de Tenerife y se han elaborado videos de corta duración en redes sociales en el ámbito regional a fin de promocionar valores de La Gomera. El aumento del descuento en los billetes de avión y barcos hasta el 75% o la puesta en marcha de la línea interior de La Gomera han supuesto otros factores claves a la hora de explicar el éxito de este sector en 2017.

La Isla participó en la retomada regata Huelva-La Gomera dentro de la celebración del 525 aniversario de la partida de Colón. La Semana Santa y el verano supusieron la auténtica prueba del algodón de los buenos resultados que está arrojando el esfuerzo desarrollado desde el Cabildo, con continuos incrementos en la llegada de visitantes tanto en calidad como en estancia media. Destaca el aumento de turistas franceses, por ejemplo.

De forma continua es mayor el número de empresas gomeras que se adhieren al Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED), cuyo objetivo es mejorar los servicios que reciben los visitantes. Ya son casi una treintena las entidades que se han sumado a esta iniciativa.

Entre las particularidades que ofrece La Gomera están sus característicos miradores, auténticos balcones sobre los que disfrutar del paisaje privilegiado de la Isla. Por ello, este año junto con los ayuntamientos y el Parque Nacional de Garajonay se ha iniciado un proyecto con

el fin de adecuar los paneles informativos, para lo que se cuenta con financiación del Gobierno canario. La iniciativa se desarrolla de forma escalonada de manera que una primera fase contempla actuar en tres miradores por municipio en los que los visitantes podrán utilizar una aplicación móvil para acceder a contenidos multimedia y obtener más información sobre los elementos que se quieran resaltar de cada punto.

Los medios de comunicación se convierten en aliados indispensables para llegar al futuro visitante. A lo largo de 2017 se ha estado presente en publicaciones, revistas o televisiones de casi toda Europa e incluso de lugares tan dispares como Japón y Corea. Llamativa fue la experiencia de anunciarse en miles de planos del Metro de Madrid y Barcelona o en las revistas de compañías aéreas y la oficial de Paradores Nacional. A lo largo del año desde la Consejería Insular de Turismo se ha trabajado en la mejora de la página web turística [www.lagomera.travel](http://www.lagomera.travel) para convertirla en un elemento más versátil y con constantes actualizaciones.

Los senderos suponen otra de las particularidades de la Isla, por ello no es extraño que se haga una apuesta constante por el mantenimiento, señalización y accesibilidad a lo largo de sus 600 kilómetros de recorrido. El Cabildo también tiene claras las posibilidades que presenta La Gomera para convertirse en plató natural de cine, a través del asesoramiento de La Gomera Film Commission a la multitud de productoras que se interesan por realizar sus trabajos en la Isla.

Este año se ha estrenado la película *La Niebla y la Doncella* rodada en la Isla y también se ha estado presente en el festival internacional de Cannes. En La Gomera existe una conciencia clara de que su naturaleza es el principal reclamo para el viajero y por ello se sigue trabajando en el desarrollo de la Reserva de la Biosfera, que se ha concretado, por ejemplo, en el cambio del logotipo para hacerlo más llamativo.

Este destino se ha convertido en pionero a la hora de apostar por el conocido como turismo ornitológico con la elaboración del correspondiente plan, al que han seguido acciones concretas como la colocación de paneles en determinados puntos del territorio insular. Un segmento que abarca tanto al especialista en el avistamiento de aves, de importante poder adquisitivo, como puede integrarse perfectamente en la oferta a aquellos que quieren recorrer los paisajes de la Isla.