

# Cuatro claves para el desarrollo del turismo deportivo



**SARA MESTRE**

LABORATORIO DE INNOVACIÓN E  
INTELIGENCIA TURÍSTICA (LABIIT)  
PARC CIENTÍFIC I TECNOLÒGIC  
DE TURISME I OCI DE CATALUNYA

El turismo deportivo se ha convertido en una tendencia al alza en la provincia gracias al potencial del entorno natural y la apuesta del territorio. La diversificación de productos permite dar respuesta a un público cada vez más segmentado

**L**a colaboración entre el sector público y privado, el aprovechamiento de los eventos deportivos, la especialización de los productos turísticos y su diversificación para dar respuesta a las múltiples disciplinas deportivas son los principales aspectos que contribuyen a la consolidación del turismo deportivo en la Costa Daurada y las Terres de l'Ebre.

El territorio ya lleva tiempo apostando por esta modalidad turística como un complemento a la actividad existente contando con productos estructurados y con una larga tradición como el golf o las actividades náuticas. Salou, Cambrils, Amposta o la Ametlla de Mar son otro ejemplo. Con una significativa especialización reconocida por el sello de Destino de Turismo Deportivo, aprovechan la celebración de eventos como el Mundialito de Fútbol, la Mare Nostrum Cup o el consolidado RallyRacc Catalunya – Costa Daurada para acelerar su posicionamiento en el mercado.

El turismo deportivo también se contempla como una oportunidad para los destinos de interior creando propuestas más bien vinculadas a los deportes de montaña en espacios como los parques naturales de els Ports o de la Serra de Montsant con la práctica, por ejemplo, del senderismo o la escalada, en Siurana.

La calidad paisajística, junto con la accesibilidad y el clima, son algunos de los valores más relevan-

tes en la elección de un destino para determinadas prácticas deportivas, como el cicloturismo. Por esta razón, se prevé que cada vez más los entornos naturales cobren mayor protagonismo de acuerdo con el incremento de las actividades deportivas al aire libre.

La diversificación de los productos permite dar respuesta a un público cada vez más hipersegmentado que reclama nuevas experiencias y más variadas. De acuerdo con ello, se han creado nuevos negocios en el territorio como agencias de viajes receptoras especializadas o establecimientos de alojamiento que han orientado sus servicios a estos clientes con necesidades específicas.

Considerar el deporte como atractivo turístico supone un cambio de paradigma para los gestores deportivos y turísticos, que requiere la alineación estratégica de ambos sectores. En este sentido, desde el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona se ha articulado un nuevo modelo de colaboración entre el sector público y privado con grupos de trabajo para potenciar y consolidar los mercados de golf y cicloturismo. También, anualmente, se establece un convenio de colaboración entre la Estación Náutica Costa Daurada, que aglutina a unas 90 empresas y ofrece más de un centenar de actividades, y los siete ayuntamientos que la integran para promocionar y comercializar productos turísticos vinculados con el mar.