Fuerteventura

WWW.VISITFUERTEVENTURA.ES

ANÁLISIS 2020 Y PLAN DE ACCIONES 2021

PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN 3

2. FUERTEVENTURA EN CIFRAS

2.1. La isla 5
2.2. Tráfico Aéreo 6
2.3. Tráfico Cruceros 10

3. SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

3.1. Antigua 12
3.2. La Oliva 16
3.3. Pájara 20
3.4. Puerto del Rosario 24
3.5. Tuineje 27
3.6. Betancuria 31

4. COYUNTURA ECONÓMICA. IMPACTO DE LA COVID-19 EN FUERTEVENTURA 35

5 MERCADOS

5.1. Situación con los principales mercados emisores 43
5.2. Informes (Turespaña, datos para España) 49

6. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA 2021

6.1. Ejes de actuación 64
6.2. Promoción: ferias y eventos 68

01 INTRODUCCIÓN

Vivimos una circunstancia mundial en donde las previsiones dejan de serlo para convertirse en interrogantes que no disipan dudas tan importantes como para saber cuándo podrá haber una recuperación homogénea de nuestra actividad turística.

Se trabaja a destajo, primero para intentar doblegar la curva de contagios en nuestro destino, con la finalidad de ofrecer un destino seguro a mercados emisores que estén en disposición de permitir a sus súbditos el poder viajar estableciendo corredores seguros de viajes. Los contactos son diarios con organismos determinantes de salud pública como el Instituto Robert Koch de Alemania, los touroperadores de los principales mercados emisores hacia Fuerteventura y agentes sociales de todo tipo. Nadie, ni en el peor de los escenarios, podía prever una crisis mundial y turística como la que está provocando la COVID-19.

Llegar, como llegamos, a la cifra de turismo cero desde abril a junio del 2020 fue un hecho sin precedentes en la historia turística de nuestra isla. Aun así trabajamos sin descanso para abrir y salvar el verano 2020, e intentar retomar el pulso turístico a partir del 28 de junio con un primer vuelo fletado por Schauinsland-Condor-Iberostar con sólo agentes de viajes y prensa alemana, con la finalidad de demostrar al mundo que Fuerteventura había hecho sus deberes para garantizar en pleno unas vacaciones seguras a quienes nos eligieran como destino turístico.

Nadie supo prever que volveríamos a tener confinamientos parciales o totales a inicios de la temporada de invierno 20-21, y que volvería a darse al traste con todo el trabajo realizado hasta el momento. Con todo, la incertidumbre ha sido una constante a lo largo de todo el año, debido a factores internacionales a los que no hemos sido ajenos. Aun así, contrastando información constantemente, y valorando muchísimos datos, creemos que es el momento de aprovechar esta terrible amenaza mundial para sacar de ello una oportunidad que sirva para salir reforzados cuando la actividad económica vuelva a reactivarse.

Estamos convencidos que la demanda no será la misma, y por ello nuestra oferta deberá sacar a la luz sus excelencias menos conocidas. Tenemos oferta suficiente como para seguir siendo competitivos desde muchos ámbitos y debemos adaptarla a segmentos y perfiles concretos, para ofrecer experiencias personalizadas que satisfagan a nuestros potenciales turistas y visitantes. Disponemos de un amplio abanico de posibilidades donde elegir "a la carta" y deberemos poner en valor nuestra propia idiosincrasia con producto local, que nos posicione como el destino único que somos, exportando la imagen de un destino turístico diferente con personalidad y recursos propios.

Contamos en la isla con profesionales, entusiastas, gente que está deseando dar lo mejor de sí para seguir creando economía y con ello compartir sus experiencias con quienes deseen disfrutar de un merecido descanso entre nosotros.

La sostenibilidad de nuestra oferta, entendida desde un punto de vista serio y riguroso con concienciación local; la digitalización de nuestros contenidos para adaptarlos a una demanda más formada y respetuosa con el medio ambiente; y la formación de nuestro principal capital, el capital humano, son los ejes fundamentales por los que a partir del 2021 deberían erigirse los pilares de nuestra promoción y actividad turística tanto en el interior como en el exterior de la isla.

Seguimos teniendo producto y recursos, solo tenemos que creérnoslo y ponerlo en valor para diferenciarnos y destacar sobre nuestra competencia. Las pequeñas empresas y autónomos jugarán un papel fundamental en el inicio de nuestro cambio.

01 INTRODUCCIÓN

LA ISLA

02

FUERTEVENTURA EN CIFRAS

2.1. LA ISLA

SUPERFICIE

—1.660 Km^2

ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

—Número total: 13
—Hectáreas: 47.695

POBLACIÓN DE FUERTEVENTURA

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
109.174	106.930	107.367	107.521	110.299	113.275	122.629

TRÁFICO AÉREO

02

FUERTEVENTURA EN CIFRAS

2.2. TRÁFICO AÉREO

NACIONAL

a. Evolución legada de pasajeros desde ciudades españolas (Península) al Aeropuerto de Fuerteventura

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
165.980	162.290	183.158	220.848	253.972	263.749	296.378	348.915

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

b. Llegada de pasajeros a Fuerteventura según ciudad española de origen, último año (2019)

Asturias	2.062
Barcelona	85.189
Bilbao	17.675
Madrid/Barajas	175.372
Málaga	13.420
Santiago de Compostela	17.580
Sevilla	30.375
Valencia	7.242

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

c. Total llegada de pasajeros a Fuerteventura desde ciudades de la Península, año en curso (2020) y comparativa con el año anterior (acumulado de enero a septiembre)

PENÍNSULA	2019	2020	Diferencia %
	128821	64713	-49,8%

TRÁFICO AÉREO

02 FUERTEVENTURA EN CIFRAS

INTERNACIONAL

a. Evolución total de llegada de pasajeros desde ciudades fuera de España al Aeropuerto de Fuerteventura

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1.632.699	1.643.037	1.870.591	1.965.573	2.220.721	2.322.440	1.896.959	1.632.859

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

TRÁFICO AÉREO

b. Total de llegada de pasajeros desde ciudades fuera de España al Aeropuerto de Fuerteventura, por meses 2019

	2019 TOTAL
TOTAL PAÍSES	1.632.859
Alemania	624.522
Austria	18.601
Bélgica	21.115
Dinamarca	1.824
Finlandia	5.091
Francia	69.710
Hungría	1.837
Irlanda	54.618
Italia	79.696
Luxemburgo	6.858
Noruega	1.790
Países Bajos	60.219
Polonia	51.078
Portugal	265
Reino Unido	561.443
República Checa	10.891
Suecia	3.621
Suiza	59.680

02

FUERTEVENTURA EN CIFRAS

TRÁFICO AÉREO

02

FUERTEVENTURA EN CIFRAS

c. Total llegada de pasajeros a Fuerteventura desde ciudades fuera de España, año en curso (2020) y comparativa con el año anterior (acumulado de enero a septiembre)

PAÍS	2019	2020	Diferencia %
Reino Unido	347668	97538	-74,0%
Alemania	491205	199065	-59,5%
Bélgica	11569	28876	-66,4%
Francia	85878	1332	-86,1%
Holanda	36337	14531	-60,0%
Irlanda	26122	6893	-73,6%
Italia	67618	19471	-71,2%
Nórdicos	52880	25926	-51,0%
TOTAL INTERNACIONAL	**1291037**	**446261**	**-65,4%**

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

TRÁFICO DE CRUCEROS

02

FUERTEVENTURA EN CIFRAS

2.3. TRÁFICO DE CRUCEROS

EVOLUCIÓN DE LA LLEGADA DE CRUCERISTAS A PUERTO DEL ROSARIO

	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Pasajeros de crucero	244.138	233.520	173.868	111.297	133.752	117.802

LLEGADA DE CRUCERISTAS A PUERTO DEL ROSARIO, 2019 POR MESES

2019 Diciembre	47.337
2019 Noviembre	43.410
2019 Octubre	5.237
2019 Septiembre	0
2019 Agosto	0
2019 Julio	0
2019 Junio	0
2019 Mayo	1.788
2019 Abril	20.980
2019 Marzo	39.003
2019 Febrero	36.770
2019 Enero	49.613

TRÁFICO DE CRUCEROS

02

FUERTEVENTURA EN CIFRAS

LLEGADA DE CRUCERISTAS A PUERTO DEL ROSARIO, AÑO EN CURSO 2020 POR MESES

Agosto	0
Julio	0
Junio	0
Mayo	0
Abril	0
Marzo	11.316
Febrero	38.400
Enero	41.909

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

ANTIGUA

03 SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

3.1. ANTIGUA

3.1.1. SITUACIÓN TURÍSTICA

TERRITORIO Y MEDIO AMBIENTE

—Altitud: 250 m
—Superficie: 262,75 Km^2
—Espacios Naturales Protegidos: 3

POBLACIÓN

—13.421 habitantes

OFERTA TURÍSTICA

Camas	16.153
Hoteleras	6.117
Extrahoteleras	10.036

PRESUPUESTO

Año	Presupuesto Municipal	Concejalía Turismo
2019	12.814.876,13 €	300.000 €
2020	15.588.128,54 €	236.000 €

ANTIGUA

03

SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

3.1.2. EVENTOS DE INTERÉS TURÍSTICO

—Beach party (mes de julio)
—Feria insular de artesanía (mes de mayo)
—Carnavales (mes de febrero)
—Oktoberfest (mes de octubre)
—Open Caleta de Fuste de Golf (mes de octubre)

3.1.3. ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES

—Excesiva dependencia del mercado Británico
—Mal estado de la playa de El Castillo con deficiencias en su regeneración
—Déficit en infraestructuras de accesibilidad
—Dependencia de los canales tradicionales de comercialización
—Falta de actuaciones de mejora de infraestructuras en alguna fase de la zona turística
—Escasez de personal de obras y servicios que impide un mantenimiento continuado en las zonas turísticas
—Escasez de personal en el departamento de turismo, con atención a los usuarios turísticos en la Tenencia de Alcaldía

ANTIGUA

03

SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

AMENAZAS

—Incertidumbre provocada por la situación actual de pandemia de la COVID-19
—Desvío de turistas a otros destinos competidores, provocado por el establecimiento de cuarentenas o por los avisos desaconsejando viajar a España incluyendo a Canarias
—La divulgación de comentarios negativos en las redes sociales por el mal estado de la playa de El Castillo
—El posible descenso de los turistas Británicos, por el nuevo marco de relaciones con motivo del Brexit y por el descenso del valor de la libra
—Falta de cooperación y coordinación con otras instituciones en la celebración de eventos y en acciones de promoción turística
—La falta de regulación de las viviendas vacacionales, cuyo número está creciendo sin control y sin revisión, alguna de las cuales sin cumplir con los mínimos estándares de calidad
—Denuncias ficticias principalmente de los turistas británicos

FORTALEZAS

—Destino seguro con pocos casos de contagios de COVID-19
—Oferta alojativa hotelera nueva y de calidad
—Situación estratégica para los visitantes de la isla
—Consolidación en el segmento del turismo familiar
—Diversificación de la oferta
—La oferta de centros de thalasso & spa y centro de convenciones y congresos, campos de golf y puerto deportivo
—Variedad de servicios de restauración que han mejorado su calidad
—Turismo británico altamente consolidado
—Inversiones en infraestructuras que mejoran la calidad
—Paseos marítimos y carriles bici óptimos
—Organización de diversos eventos destinados al disfrute de los turistas que ayudan a su fidelización

ANTIGUA

OPORTUNIDADES

—Establecimiento de corredores aéreos seguros frente a la COVID-19, con realización de test PCR en origen
—Mejorar la playa de El Castillo
—Diversificación de la oferta de productos complementarios
—Continuar con la diversificación de los canales tradicionales de comercialización
—Aumentar los clientes a fidelizar mediante la mejora de servicios realización de eventos
—Nuevos medios que faciliten el acceso y la comunicación con el cliente final
—Potenciación del turismo deportivo, del turismo rural, de las rutas de senderismo y mountain bikes
—Potenciar el turismo de Conveciones y Congresos
—Mejoras realizadas y que se están ejecutando en materia de infraestructuras en la zona turística
—Regulación de las viviendas vacacionales con estándares de calidad elevados
—Modernización de los establecimientos alojativos
—Aumento de las conexiones áreas
—Apertura y consolidación de nuevos mercados emisores

LA OLIVA

03 SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

3.2. LA OLIVA

3.2.1. SITUACIÓN TURÍSTICA

TERRITORIO Y MEDIO AMBIENTE

—Altitud: 219 m
—Superficie: 356,13 Km^2
—Parques Naturales: 2
—Espacios Naturales Protegidos: 3

POBLACIÓN

—34.593 habitantes

OFERTA TURÍSTICA

Camas	19.668

PRESUPUESTO

Año	Presupuesto Municipal	Concejalía Turismo
2019	31.230.000€	150.000€
2020	31.322.000€	300.000€

3.2.2. EVENTOS DE INTERÉS TURÍSTICO

—Festival Internacional de cometas (mes de noviembre)
—XI Festival Internacional de Blues (Octubre)
—La Ruta de la Tapa (Septiembre y Octubre)
—Cotilleando (Octubre)
—Alltours Media Maraton Internacional de Dunas de Corralejo (Noviembre)
—Carnavales, Corralejo (mes de marzo)
—Fiestas Semana Santa en El Cotillo (mes de abril)
—Fiestas Ntra. Sra. del Carmen, Corralejo (mes de julio)
—Fiestas Ntra. Sra. del Buen Viaje, El Cotillo (mes de agosto)
—VII Fuertebike (Septiembre)
—Fiestas de Fin de Año, Corralejo (diciembre)

3.2.3. ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES

—La doble insularidad en el contexto canario, sumada a la ultraperificidad y la propia insularidad significa una relativa pérdida de competitividad frente a otros destinos
—Falta de conservación y deterioro del patrimonio histórico
—Estancamiento del sector de la construcción con impacto paisajístico de obras inacabadas
—Escasa comercialización, difusión y señalización de los productos y servicios naturales, históricos o culturales
—Las infraestructuras de telecomunicaciones y la conectividad de banda ancha wifi son deficitarias acorde con los parámetros y estándares europeos, y restan competitividad TICs al destino turístico
—Poca sensibilización y compromiso de la población residente con el respeto y el cuidado del medio natural

LA OLIVA

03 SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

LA OLIVA

AMENAZAS

—La excesiva y creciente presión urbanística sobre el territorio, el paisaje y el entorno natural y la no existencia de una normativa de desarrollo PGOU actualizado y con proyección de futuro que garantice inversiones a largo plazo
—Polarización de la oferta alojativa y de los servicios turísticos sobre dos grandes núcleos en la costa, y «aislamiento», despoblación, deterioro y perdida de actividad económica de las localidades del interior
—Deterioro de elementos patrimoniales singulares por falta de inversión continuada
—Deterioro de zonas rurales y agrícolas por falta de gestión y conservación
—Amenaza de la franja costera como consecuencia del cambio climático
—Persistencia de fenómenos de vertidos y contaminación en algunos lugares descontrolados del municipio

FORTALEZAS

—El Clima, un paisaje singular, una rica biodiversidad, ecosistemas marinos y terrestres de gran atractivo y valor medioambiental, ecológico y turístico
—Reserva de la Biosfera, Reserva Starlight, Extensa red de Espacios protegidos, Parque Natural, Red Natura 2000, BICs, LICs, banderas azules, SICTED, ECOTUR...
—La experiencia adquirida tras más de 50 años de desarrollo de la industria turística, el Know how y el Know Who
—Proximidad a dos aeropuertos internacionales (Fuerteventura y Lanzarote) con un tráfico de más de tres millones de pasajeros cada uno, y conexiones aéreas con las principales ciudades del continente europeo
—Evolución social y económica con tendencia positiva en los últimos años, reduciendo situaciones de vulnerabilidad
—Tamaño urbano muy flexible y adaptable a condiciones cambiantes y experiencias de éxito urbano y rural

03

SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

LA OLIVA

OPORTUNIDADES

—Auge y demanda creciente en Europa del Ecoturismo, el turismo activo y el «Slow tourism»
—La Bocayna de Corralejo-Islote de Lobos (FTV) y Playa Blanca (LZ) está considerado como uno de los enclaves turísticos más atractivos y estratégicos del mundo
—Una rica multiculturalidad (residentes de más de 90 nacionalidades diferentes y turistas procedentes de más de 20 naciones)
—La riqueza y singularidad de los aspectos etnográficos, culturales, folclóricos, gastronómicos, etc., hacen de La Oliva una «experiencia» única e irrepetible, perfectamente reconocible y diferenciable de otros destinos turísticos
—Iniciativa empresarial del sector servicios ante la atractiva «sensación» de que está todo por hacer, en un destino que acoge a mas de un millón de turistas/año
—Previsión de inversiones en la construcción de varias plantas de energías renovables

03

SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

PÁJARA

03

SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

3.3. PÁJARA

3.3.1. SITUACIÓN TURÍSTICA

TERRITORIO Y MEDIO AMBIENTE

—Altitud: 806 m
—Superficie: 383,52 km^2
—Espacios Naturales Protegidos: Monumento Natural de Ajuy, Parque Natural de Jandía, Montaña de Cardón, Playa del Matorral, Parque Natural de Betancuria(una parte ubicada en nuestro TM).

POBLACIÓN

—21.093 habitantes

OFERTA TURÍSTICA

Camas	42.000
Hoteleras	34.000
Extrahoteleras	8.000

PRESUPUESTO

Año	Presupuesto Municipal	Concejalía Turismo
2019	38.849.100,99 €	845.058,47 €
2020	40.018.431 ,69 €	982.688,00 €

PÁJARA

3.3.2. EVENTOS DE INTERÉS TURÍSTICO

—Campeonato Mundial de Windsurfing y Kiteboarding (julio—agosto)
—Lucha Canaria
—Procesiones Marítimas (Ntra. Sra. del Carmen y San Juan en Ajuy)
—Carnaval Municipal (febrero-marzo)
—Los Mariantes de Ajuy
—Día de Canarias, 30 de Mayo
—Romerías Populares en todas las fiestas patronales, destacando la del Tanquito en Cardón y la de San Juan en Cofete

3.3.3. ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES

—Legado de un modelo turístico donde se valoraba más la cantidad que la calidad
—Escasez de "sentimiento" de proyecto conjunto entre los actores turísticos
—Poca inversión en nuevas infraestructuras y poco interés en el cumplimiento de sus plazos de finalización (poca iluminación de calles y paseos, aceras en mal estado, autovía y carril bici incompletos)
—Competencia con la oferta extrahotelera
—Falta de formación y de profesionalidad de los recursos humanos. Ausencia de mano de obra cualificada
—Poca oferta de ocio, entretenimiento y comercio
—Lejanía de territorio peninsular
—Precios elevados de aerolíneas para el turismo nacional
—No contar con un espacio exclusivo para la nueva tendencia de turismo en auto caravana con sus respectivas infraestructuras e instalaciones
—Escasa oferta cultural: Red de Museos cerrada y la poca oferta cultural centrada en la capital de la isla que dista casi 100 km desde nuestro punto turístico más importante
—Medidas preventivas deficientes por la COVID-19 desde nuestros principales emisores de Turismo

03

SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

PÁJARA

AMENAZAS

—La evolución de la crisis sanitaria a nivel mundial por la COVID-19
—Crisis económica en mercados emisores prioritarios
—Tasas de desempleo provocado por el COVID-19 en mercados emisores
—Evolución de precios según oferta/demanda
—Evolución de los últimos meses del precio del alojamiento
—Aumento de la competencia (bajada de precio) en oferta turística en destinos similares. (En un rango de 3 a 5 horas de vuelo de Europa central)
—Competencia desleal de la oferta turística no reglada, con la existencia de establecimientos no legalizados
—Riesgo de quiebra de empresas vinculado directamente con el turismo (líneas aéreas, turoperadores... etc.)

FORTALEZAS

—Excelente clima, predominan los 23ºn prácticamente todo el año
—Situación geográfica estratégica. Cercanía de playa y espacios naturales protegidos
—Playas extensas con arena dorada y servicios de calidad para que el usuario la pueda disfrutar con comodidad y seguridad
—Diversas playas que aún sin servicios sorprenden por su espectacularidad: Cofete, Garcey, La Solapa
—Puntos de actividades acuáticas de reconocimiento mundial (Turismo Deportivo)
—Sitios y edificios históricos con gran interés cultural
—Parque Natural de Jandía también declarado zona ZEPA (zona de especial protección de las aves)
—Reconocimiento y prestigio en el exterior como el municipio de las playas de Canarias, (Pájara-Playas de Jandía)
—Fiestas tradicionales con gran interés turístico
—Amplia oferta alojativa ofrecida por empresas hoteleras del municipio

03 SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

PÁJARA

—Modernización de la planta hotelera del municipio
—Inversiones en la mejora de la accesibilidad del municipio
—Cooperación público-privada del turismo del municipio (Ayuntamiento, Consejería de Turismo Insular, Consejería de Turismo Regional, AMTC, así como otras asociaciones del sector turístico)
—Historia, Cultura, Gastronomía

OPORTUNIDADES

—Posibilidad de potenciar y coordinar entre el sector público y privado, para promover operaciones promocionales conjuntas
—Mejorar infraestructuras: paseo marítimo, aceras, iluminación de calles y parques.
—Dinamización por nuestro municipio
—Impulsar campañas publicitarias en mercados nórdicos donde el poder adquisitivo es bastante elevado
—Acciones medioambientales formativas dentro del sector turístico sobre la importancia de reciclaje
—Explotación de la red de museos de la isla con fijación y cumplimiento de horarios
—Potenciar nuestras tradiciones: calado artesanal, folclore tanto música como trajes típicos, productos autóctonos como el queso de cabra y aloe vera (los cuales cuentan con reconocimientos internacionales)

03

SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

PUERTO DEL ROSARIO

03

SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

3.4. PUERTO DEL ROSARIO

3.4.1. SITUACIÓN TURÍSTICA

TERRITORIO Y MEDIO AMBIENTE

—Altitud: 689 m
—Superficie: 289,95 km^2
—Espacios Naturales Protegidos: 1

POBLACIÓN

—40.753 habitantes

OFERTA TURÍSTICA

Camas	615
Hoteleras	380
Extrahoteleras	235

PRESUPUESTO

Año	Presupuesto Municipal	Concejalía Turismo
2019	31.906.730.32€	110.896.30€
2020	35.542.313.20€	139.400.00€

PUERTO DEL ROSARIO

03 SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

3.4.2. EVENTOS DE INTERÉS TURÍSTICO

—Carnaval de Puerto Del Rosario (mes de febrero y marzo)
—Carnaval de Día de Tetir (mes de abril)
—Mercado de Tetir (cada dos meses)
—Simposium de Esculturas (septiembre)
—Ocean Lava (mayo)
—Gran Baile de Taifas (mes de mayo)

3.4.3. ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES

—Escasez de Plan de Infraestructura Turísticas
—Mejorar el Plan de accesibilidad
—Necesidad de hacer un refuerzo en el servicio de transportes público y privado
—Poca implicación del sector primario para crear producto turístico que complemente la oferta turística
—Necesidad de desarrollo del frente marítimo y zona del mercado municipal
—Escasa oferta de producto/servicio complementario a recursos medioambientales

AMENAZAS

—Dependencia de los touroperadores para promocionar la oferta turística
—Cierre de centros de interés turísticos (Red de Museos del Cabildo Insular)
—Competencia de destinos Mediterráneos
—Bajada de reservas a Canarias
—Plan de infraestructuras
—Mejora de la oferta de Ocio

PUERTO DEL ROSARIO

03 SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

FORTALEZAS

—Aumento de la demanda de información en el sector ecoturismo
—Buen clima todo el año
—Aumento de plazas hoteleras y aumento de plazas de vivienda vacacional en la ciudad y municipio
—Población abierta, acogedora y tolerante
—Situación geográfica en el centro de la isla, limítrofe con núcleos turísticos, y su condición de centro comercial, administrativo y de comunicaciones
—Aumento cuantitativo en plazas de viviendas vacacional
—Playas, Lugares y bienes de interés del municipio
—Eventos (Mercado de Tetir, Fiesta nuestra señora del Rosario, Carnaval de Puerto del Rosario, etc)
—Naturaleza y Ecoturismo
—Gastronomía

OPORTUNIDADES

—Oportunidades y proyectos
—Adopción de medidas de accesibilidad y eliminación de barreras
—Jornadas profesionales de negocio: Palacio de Congreso, Parque Tecnológico y Auditorio Municipal: eventos, sesiones de formación, encuentro empresariales, presentaciones y espectáculos musicales
—Cruceros: Programación Especial para la temporada 2020—2021
—Línea Especial Bus Turístico para recorrer ciudad
—Posibilidad Bus Turístico hacia el interior del municipio
—Actuación Folclórica
—Excursiones

TUINEJE

03

SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

3.5. TUINEJE

3.5.1. SITUACIÓN TURÍSTICA

TERRITORIO Y MEDIO AMBIENTE

—Altitud: 708 m
—Superficie: 276 km^2
—Espacios Naturales Protegidos: 4

POBLACIÓN

—15.473 habitantes

OFERTA TURÍSTICA

Camas	2.484
Hoteleras	1.412
Extrahoteleras	1.042

PRESUPUESTO

Año	Presupuesto Municipal	Concejalía Turismo
2019	13,9M€	62.073,81 (incluido todos los gastos de personal y nóminas)
2020	13M€	66.802,12 (incluido todos los gastos de personal y nóminas)

TUINEJE

03 SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

3.5.2. EVENTOS DE INTERÉS TURÍSTICO

—Semana de la Juventud (agosto)
—Open Internacional de Pesca de Altura (septiembre)
—Festival Internacional de Payasos Tran Tran (septiembre)
—Conmemoración de los Hechos Históricos de las Batallas del Cuchillete y Tamasite (octubre)
—Desembarco de los ingleses en la playa de Gran Tarajal (12 de octubre)
—Romería en honor a San Miguel Arcángel (13 de octubre)

3.5.3. ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES

-Baja dimensión de la oferta alojativa y oferta extrahotelera alegal o nula
-Infraestructura de comunicaciones deficitaria, no existiendo otra forma que acceder al municipio por carretera
-Falta de cultura e iniciativas empresariales relacionadas con el sector turístico
-Falta de una adecuada comercializacióny presencia en los nuevos canales de información como redes sociales
-Limitaciones presupuestarias en materia de turismo
-Poca o nula planificación a largo plazo en proyectos de desarrollo turístico
-Pocas marcas turísticas consolidadas a nivel internacional
-Deficiente señalización turística en los pueblos y en varios idiomas
-Falta de oferta turística complementaria y de ocio
-Demasiada dependencia de ayudas externas
-Crisis turística y económica producida por la pandemia de la COVID-19

TUINEJE

AMENAZAS

—Escasez de mano de obra cualificada
—Consolidación de destinos competidores de proximidad
—Poco interés de los TT.OO. tradicionales por el destino
—Alta competencia en destinos próximos
—Escasa coordinación público-privada en la promoción turística
—Aumento de la competencia desleal en el sector
—Reducción drástica de los presupuestos destinados a grandes proyectos de infraestructuras públicas
—Poca optimización de infraestructuras potencialmente turísticas
—Ausencia de proyectos con marcado carácter turístico a largo plazo
—Falta de iniciativa institucional en la búsqueda de inversores y de potenciación de empresas especializadas
—Miedo e incertidumbre del turista a volver a viajar

FORTALEZAS

—Potencial para turismo en espacio rural
—Patrimonio sociocultural importante. Costumbres populares arraigadas y fiestas de gran reconocimiento, como las Fiestas Juradas de San Miguel Arcángel (declaradas Bien de Interés Cultural y Fiesta de Interés Turístico de Canarias), Semana de la Juventud de Gran Tarajal (Fiesta de Interés Turístico de Canarias), los Carnavales y el Festival Internacional de Payasos de Fuerteventura "Tran Tran"
—Consolidados Eventos Deportivos públicos y privados, Turismo Deportivo de Élite, Óptimos equipamientos deportivos como Playitas Resort, 3 campos de fútbol con césped en el municipio, Polideportivo de Gran Tarajal, canchas y equipamiento en todo el término municipal
—Productos típicos derivados del sector primario, siendo municipio de referencia en producción de Aloe-Vera, tomates y queso majorero
—Paisaje natural rico y variado que ofrece estampas de la vida tradicional pesquera, como Las Playitas, Tarajalejo y Giniginámar; y paisajes y pueblos de naturaleza rural, como Tiscamanita y Tuineje

03

SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

TUINEJE

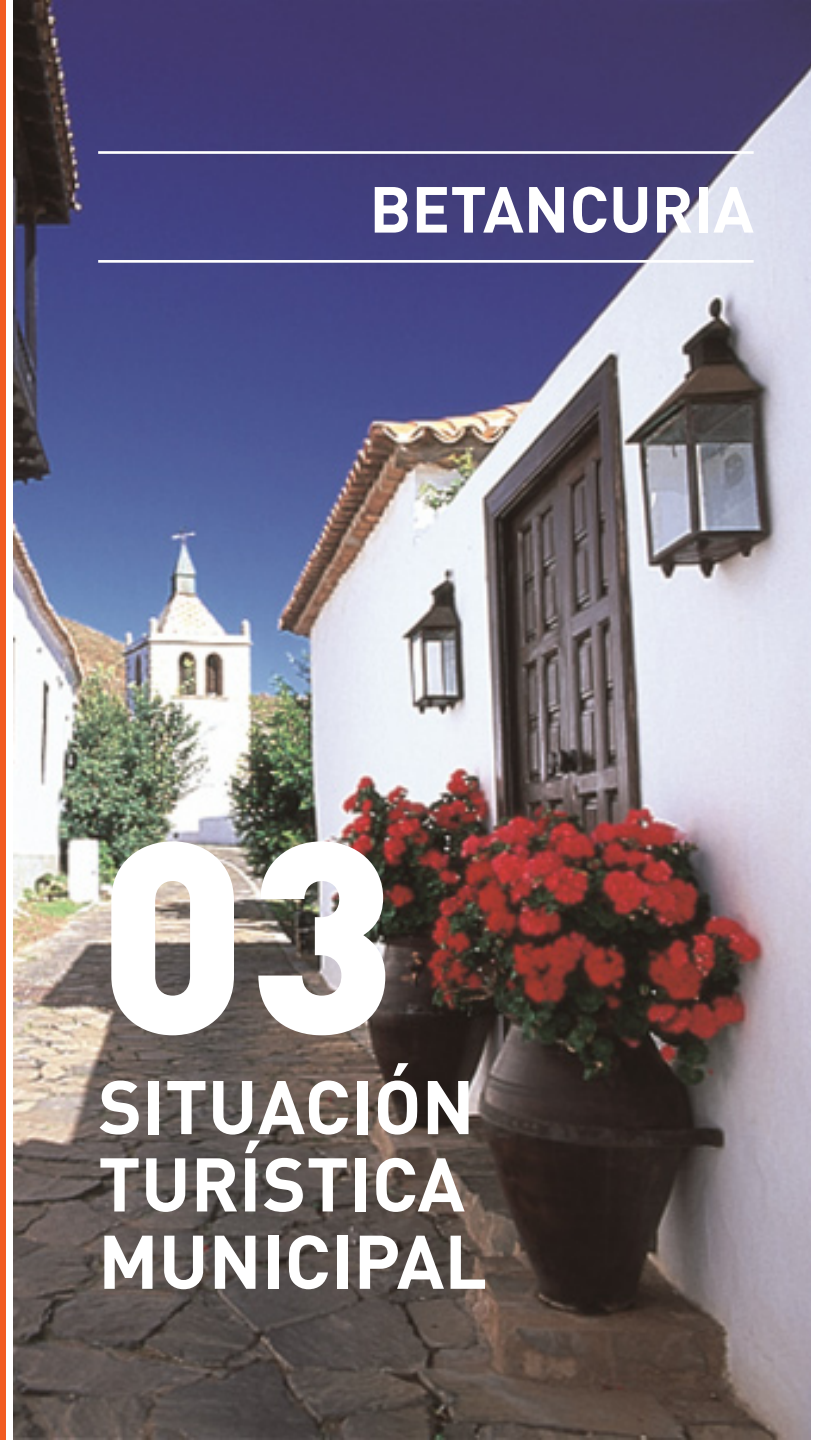
—Situación geográfica estratégica de paso y equidistante entre los grandes núcleos turísticos
—Espacios Naturales Protegidos, como el Monumento Natural de Cuchillos de Vigán, el Monumento Natural de Caldera de Gairía, el Paisaje Protegido de Malpaís Grande y el Parque Rural de Betancuria
—Patrimonio paisajístico que refleja la economía basada en la agricultura, como gavias, nateros y molinos, siendo Tuineje el municipio con mayor número de estas estructuras agrarias de la isla
—Modernización y crecimiento de la planta hotelera tanto en turismo rural como turismo de playa
—Autenticidad en la forma de vida e incremento del alquiler vacacional deseando los turistas estar con gente local y no en zonas masificadas de turistas

OPORTUNIDADES

—Mercado potencial de turismo rural y rutas de senderismo
—Cercanía a los grandes núcleos receptores de turismo a nivel insular
—Alta concentración turística en otras zonas insulares limítrofes, lo que provoca que los nuevos turistas busquen zonas más tranquilas
—Grandes proyectos previstos en el municipio como la Avenida de Tarajalejo, ampliación de la Avenida de Gran Tarajal y La Ciudad Deportiva de Gran Tarajal
—Mercado potencial de productos típicos de la zona
—Consolidación de una tasa elevada de crecimiento del turismo
—Oportunidad de creación de nuevos productos de turismo potenciando el renovado y moderno Muelle de Gran Tarajal como receptor de turismo de cruceros y embarcaciones de recreo
—Programas actuales de embellecimiento del paisaje que dotan al destino de una mayor riqueza
—Desarrollo de las nuevas tecnologías que posibilitan opciones de comercialización directa
—Buen posicionamiento de Tuineje para desarrollar productos experimentales

03

SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL



BETANCURIA

03 SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

3.6. BETANCURIA

3.6.1. SITUACIÓN TURÍSTICA

TERRITORIO Y MEDIO AMBIENTE

—Altitud: 724 m
—Superficie: 103.63 Km^2
—Espacios Naturales Protegidos: 1 (91.2 % de la superficie)

POBLACIÓN

—818 habitantes

OFERTA TURÍSTICA

Camas	32
Hoteleras	0
Extrahoteleras	32

PRESUPUESTO

Año	Presupuesto Municipal	Concejalía Turismo
2019	1.747.589,43 €	7.000,00 €
2020	1.838.007,71 €	7.000,00 €

BETANCURIA

03

SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

3.6.2. EVENTOS DE INTERÉS TURÍSTICO

—Fiestas patronales de Nuestra Señora de la Peña
—Race Betagua Trail
—Rally subida de Betancuria
—Feria Mugabe (Muestra ganadera celebrada en Septiembre)

3.6.3. ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES

—Escasa oferta alojativa
—Escaso periodo de tiempo empleado por los turistas en el municipio
—Falta oferta de ocio turístico
—Franjas horarias de la oferta turística concentrada solo en horas diurnas
—Insuficiente transporte público
—Limitación presupuestaria
—Falta de señalización y apuesta por las rutas de senderismo
—Falta de personal y oficina de información turística
—Falta promoción del municipio a nivel insular
—Sector empresarial del municipio debilitado como consecuencias de la crisis sanitaria
—Escaso interés de coordinación entre las empresas de los principales sectores turísticos del municipio
—Mirador de Morro Velosa inoperativo
—Deterioro de elementos e infraestructuras patrimoniales

BETANCURIA

03 SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

AMENAZAS

—Ausencia de proyectos de carácter turístico
—Infraestructuras patrimoniales controladas por instituciones no municipales
—Escasez de población cualificada y motivada
—Intermediarios sin interés por transmitir todo el atractivo del municipio ni tampoco de emplear más tiempo en Betancuria
—Incertidumbre turística por la evolución de la crisis sanitaria

FORTALEZAS

—Principal activo histórico y cultural de Fuerteventura
—Marca "Capital Histórica de Canarias"
—Pertenece a Asociación "Pueblos más bonitos de España"
—Belleza paisajística de todo el municipio
—Productos de calidad derivados del sector primario (quesos, aloe vera...)
—Edificios históricos
—Importante patrimonio religioso
—Belleza del casco antiguo

BETANCURIA

OPORTUNIDADES

—Posibilidad de crecimiento empresarial en el sector turístico
—Posibilidad de potenciar el turismo deportivo
—Potenciar el turismo rural
—Aumento del atractivo turístico mediante la mejora y mantenimiento de las infraestructuras existentes (Mirador Morro Velosa, Convento San Buenaventura)
—Reforzar y promocionar la marca "Betancuria, Capital Histórica de Canarias"
—Desarrollo de nuevas acciones para aumentar el periodo de tiempo que emplean los visitantes en el municipio
—Aumentar las franjas horarias de ocio turístico
—Desarrollo, potenciación y promoción de la gastronomía del municipio

03

SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

IMPACTO DE LA COVID-19 EN FUERTEVENTURA

04

COYUNTURA ECONÓMICA

IMPACTO DE LA COVID-19 EN FUERTEVENTURA

Según los últimos datos disponibles del Cuadro de Indicadores Económicos Insulares (Fuerteventura) a 7 de agosto de 2020 elaborados por el Gobierno de Canarias, el turismo, como principal actividad de la isla, sigue sufriendo caídas anuales, notables con niveles nulos de ocupación en abril y mayo, con sus importantes consecuencias sobre el empleo sectorial y sobre otras ramas de actividad.

EMPRESAS SEGÚN MUNICIPIOS Y ACTIVIDADES ECONÓMICAS (CNAE-09)

	2020 Segundo Trimestre	2020 Primer Trimestre	2019 Segundo Trimestre	2019 Primer Trimestre
FUERTEVENTURA	3123	3085	3517	3533
Antigua	320	312	364	370
Betancuria	18	20	22	21
La Oliva	823	837	930	938
Pájara	484	488	587	587
Tuineje	288	289	325	329
Puerto del Rosario	1190	1139	1289	1288
Tuineje	288	289	325	329
AGRICULTURA	90	99	106	105
INDUSTRIA	119	119	130	124
CONSTRUCCIÓN	324	293	334	333
SERVICIOS	2590	2574	2947	2971

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

IMPACTO DE LA COVID-19 EN FUERTEVENTURA

04 COYUNTURA ECONÓMICA

EMPRESAS INSCRITAS EN LA SEGURIDAD SOCIAL SEGÚN ACTIVIDADES TURÍSTICAS

	2020 Segundo Trimestre	2020 Primer Trimestre	2019 Segundo Trimestre	2019 Primer Trimestre
Total Afiliados	3.093	3.058	3.488	3.505
Total Afiliados en Actividades del Turismo	1.010	990	1.177	1.182
Hoteles	121	125	136	134
Restaurantes	599	564	669	671
Servicios de Transporte de Pasajeros por Carretera	158	167	205	206
Servicios de Transporte Marítimo de Pasajeros	17	16	20	19
Servicios de Transporte Aéreo de Pasajeros	7	7	7	8
Alquiler de Bienes de Equipo de Transporte de Pasajeros	20	22	25	28
Agencias de Viajes y Similares	17	19	22	23
Servicios Culturales	10	10	13	12
Servicios de Actividades Deportivas y de Recreo	61	60	80	81
Otras Afiliaciones	2.083	2.068	2.311	2.323

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

Como se puede observar en ambas tablas, en Fuerteventura durante el segundo trimestre del año 2020 con respecto al mismo periodo del año pasado se han perdido un total de 394 empresas, de las cuales el 90% pertenecía al sector servicios y en concreto, 167 de turismo.

IMPACTO DE LA COVID-19 EN FUERTEVENTURA

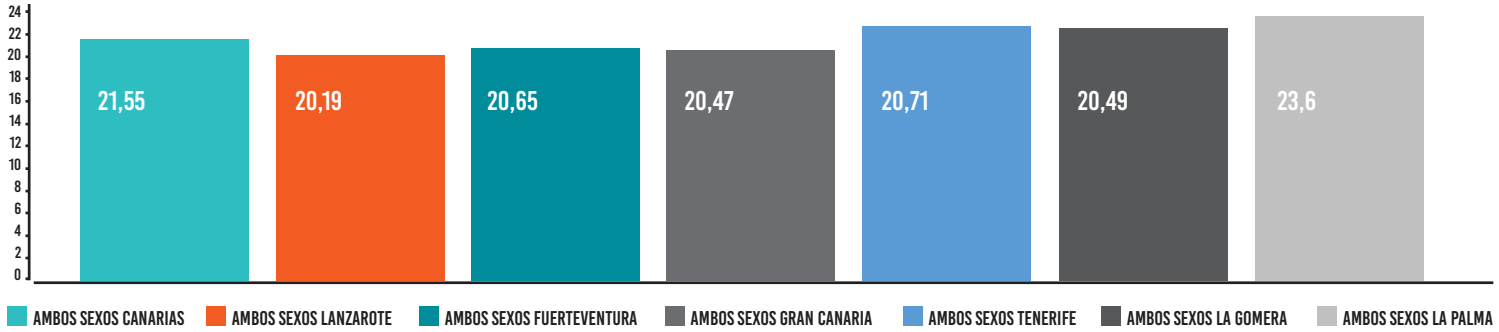
04 COYUNTURA ECONÓMICA

AFILIACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL

Fuerteventura	2020 Agosto	2019 Septiembre
Empleos asalariados	29.452	33.354
Hostelería	12.696	14.735
	43,11%	44,18%
	-3902	-11,7%
Empleos autónomos	7.381	7.285
	1.113	1.123
Hostelería	15,08%	15,42%
	96	1,3%

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

La hostelería tiene un gran peso en Fuerteventura, representa más del 43% de los trabajos por cuenta ajena de la isla y el 15% de los empleados autónomos.



Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

El Paro registrado a agosto de 2020 fue de 13.246 personas, y la tasa de desempleo durante el segundo cuatrimestre fue del 20,65%, un 0,9% menos con respecto a la media de Canarias.

IMPACTO DE LA COVID-19 EN FUERTEVENTURA

04

COYUNTURA ECONÓMICA

LLEGADA DE PASAJEROS POR AEROLÍNEAS HASTA AGOSTO 2020

		Pasajeros								
		Total	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO
	Nombre y Compañía	779.386	200.041	231.946	99.681	1.305	2.993	15.735	100.516	127.169
1	Binter Canarias	14.3141	26.404	27.209	14.469	1.123	2.597	13.645	26.625	31.072
2	RYANAIR DAC	106.134	29.268	31.541	12.715	---	---	1.067	15.978	15.565
3	TUIFLY GMBH & TUI AIRWAYS LTD	89.086	24.879	29.385	11.697	---	---	---	10.539	12.586
4	CONDOR FLUGDIENST	68.865	17.440	18.676	8.324	---	---	125	11.457	12.843
6	JET2.COM LIMITED	54.847	18.429	24.111	10.170	---	---	---	2.137	---
7	EASYJET UK LTD & EASYJET EUROPE GMBH	44.684	14.456	17.345	7.001	---	---	---	2.116	3.766
8	IBERIA EXPRESS	39.539	7.330	7.657	3.570	182	396	897	7.280	12.227
9	VUELING AIRLINES, S.A.	34.770	7.327	8.213	3.201	---	---	---	4.478	11.551
10	CANARY FLY, S.L.	24.875	6.620	6.139	2.673	---	---	---	4.102	5.341
11	Resto de compañías	173.445								

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de AENA

En total, esas 10 compañías han traído hasta agosto a 605.941 pasajeros, lo que supone el 77,7% del total.

LLEGADA DE PASAJEROS POR MERCADOS HASTA AGOSTO 2020

Suiza	Rep. Checa	Rusia	Polonia	Portugal	Luxemburgo	Resto	EXTRANJERO	Península	Canarias	ESPAÑA	TOTAL
36.759	6.506	0	51.227	6.405	4.756	5.545	1.298.224	234.934	325.423	560.357	1.858.581
14.978	2.528	0	21.404	0	2.389	0	502.486	109.962	168.685	278.647	781.133
21.781	-3.978	0	-29.823	-6.405	-2.367	-5.545	-795.738	-124.972	-156.738	-281.710	-1.077.448
-59,3%	-61,1%	---	-58,2%	-100,2%	-49,8%	-100,0%	-61,3%	-53,2%	-48,2%	-50,3%	-58,0%

Como consecuencia de la crisis sanitaria mundial provocada por la pandemia COVID-19 y las restricciones aéreas impuestas, Fuerteventura ha perdido en el acumulado un total de 1.077.448 pasajeros, lo que se traduce en una caída con respecto al mismo periodo del año pasado en un -61,3% del mercado internacional, un -53,2% del mercado nacional y un -48,2% del insular.

IMPACTO DE LA COVID-19 EN FUERTEVENTURA

04 COYUNTURA ECONÓMICA

GASTO TURÍSTICO TOTAL SEGÚN PAÍSES DE RESIDENCIA

	2020 Primer Trimestre			
Fuerteventura	Gasto por turista	Valor Absoluto	Variación respecto al trimestre anterior (%)	Variación interanual
Alemania	1.278,69€	160.678.671,31€	-29,32	-3,06
España	917,63€	21.216.634,05€	9,11	36,02
Holanda	1.072,26€	11.687.592,66€	-8,77	36,62
Países Nórdicos	1.416,84€	31.176.136,71€	-10,01	-2,84
Reino Unido	1.233,79€	93.624.747,35€	-13,01	-24,93
Otros Países	1.226,93€	82.334.219,53€	-16,15	9,82
Gasto Total	**1.234,22€**	**82.334.219,53€**	**-16,15**	**9,82**

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

De momento solo se disponen de datos del primer trimestre, donde el gasto turístico bajó casi un 30% con respecto al trimestre anterior. El gasto medio total por viaje del turista que visitó Fuerteventura fue de 1.234,22€, siendo los turistas nórdicos los que más gastaron (1.416,84€).

SITUACIÓN COVID -19 EN FUERTEVENTURA

04 COYUNTURA ECONÓMICA

SITUACIÓN COVID-19 EN FUERTEVENTURA

Actualización COVID-19: Tabla Resumen Semanal a 2/11/2020

Municipios	Casos positivos activos últimos 7 días	Fallecidos totales	Incidencia acumulada (casos/100000 hab.) últimos 7 días	Incidencia acumulada (casos/100000 hab.) últimos 14 días
Antigua	0	0	0	0,00
Betancuria	0	0	0	0,00
La Oliva	10	0	37,62	48,91
Pájara	1	0	4,74	18,96
Puerto del Rosario	18	2	44,17	68,71
Tuineje	0	1	0,00	13,12
Fuerteventura	**29**	**3**	**24,81**	**40,21**

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de GRAFCAN, Gobierno de Canarias.

SITUACIÓN CON LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

05 MERCADOS

5.1. SITUACIÓN CON LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES
(A 30 DE SEPTIEMBRE DE 2020)

REINO UNIDO, IRLANDA Y PAÍSES BAJOS

Reino Unido: desde el 27 de julio la Oficina de Asuntos Exteriores (FCO) de Gran Bretaña incluyó a Canarias en su recomendación de evitar cualquier viaje que no sea esencial a España, además de eliminarla de la lista de países que están exentos de cuarentena al regreso a Reino Unido. Fuente: Gov.uk

Irlanda: Desde el 23 de julio Irlanda desaconseja todos los viajes que no sean esenciales a España e impone una cuarentena de 14 días a los que regresen. Fuente: Gov.ie

Países Bajos: Desde el 25 de agosto desaconsejó todos los viajes a España cambiando el aviso de amarillo (es posible viajar) a naranja (no es aconsejable viajar). Además impone cuarentena domiciliaria durante 10 días cuando se regrese a los Países Bajos. Fuente: Nederland Gov

Aerolíneas y Tour Operadores que vuelan a Fuerteventura

Aerolínea	Vuelos	Paquetes
Jet2.com & Jet2holidays	Suspendidos hasta el 17/10	
TUI UK & IE	Suspendidos hasta el 12/10	
EasyJet & EasyJet holidays	Mantiene sus vuelos desde Bristol (X y S) y London Gatwick (L-M-J-S)	Suspendidos hasta el 08/10
Ryanair	Mantiene sus vuelos	-
Wizz Air	Nueva rutas desde Luton y Doncaster Sheffield a partir del 19/10 y 07/12.	-

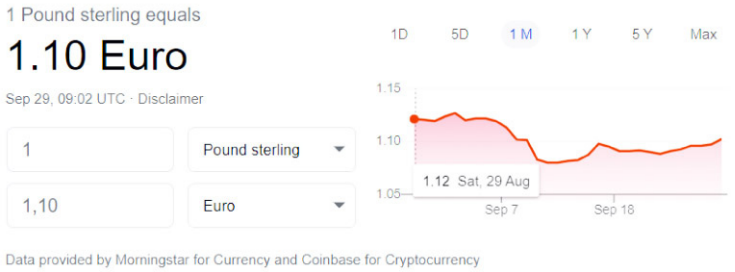
SITUACIÓN CON LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

05 MERCADOS

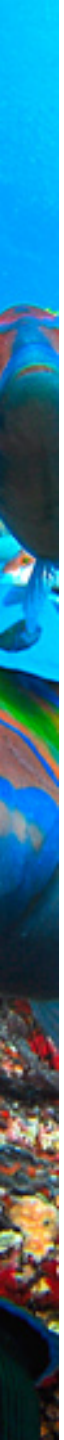
***Ryanair:** mantiene su programación de vuelos a toda España y con Fuerteventura desde:

—Birmingham: lunes y viernes
—Dublin: martes, jueves y sábados
—East Midlands: miércoles y domingos
—Edinburgh: jueves y domingos
—Liverpool: domingos
—London Luton: martes y sábados hasta el 24/10
—London Stansted: martes, jueves, sábados y domingos
—Manchester: martes y sábados
—**Shannon: domingos a partir del 25/10

Evolución del Tipo de cambio libra/euro 29/08 al 29/09



La libra se ha depreciado un 1,79% en el último mes con respecto al euro.



SITUACIÓN CON LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

05

MERCADOS

ALEMANIA, SUIZA Y AUSTRIA

Alemania: Desde el 15 de octubre los viajeros procedentes de zonas / países de riesgo, deberán guardar cuarentena obligatoria al volver. Por ahora, la obligación de someterse a una prueba/test coronavirus al volver a Alemania - o hasta 48 horas antes en el país de procedencia - sigue vigente. A partir del 15 de octubre, sin embargo, todo el que vuelva a Alemania (desde estas zonas / países de riesgo) estará sujeto a una cuarentena de al menos 5 días.

Austria y Suiza: Viajeros desde países catalogados de riesgo: presentación de test o cuarentena de 10 días.

Aerolíneas y Tour Operadores que vuelan a Fuerteventura

Aerolínea	Inicio de operaciones
TUI Deutschland	03/10
Alltours	Ya iniciadas
FTI	Ya iniciadas
Schauinsland Reisen	09/10
Lufthansa (Eurowings, Austrian Airlines, Swiss)	25/10
Condor	Ya iniciadas
Corendon Airlines	11/10
DER Touristik	04/10
Sundair	03/11

SITUACIÓN CON LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

05 MERCADOS

Tui Deutschland:

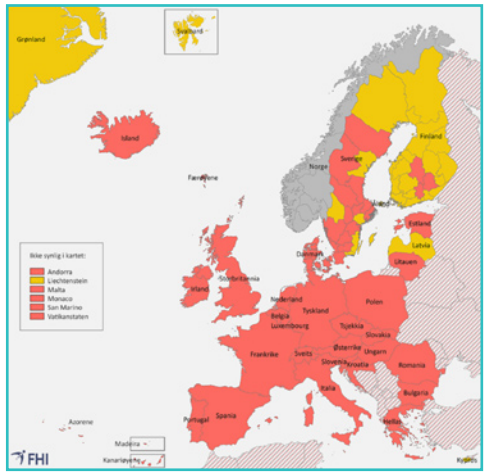
—Frankfurt - 03.10 - 31.10
—Düsseldorf - 05.10 - 26.10
—Hannover - 10.10 - 31.10
—Stuttgart - 10.10 - 31.10
—Düsseldorf - 09.10 - 30.10
—Düsseldorf - 10.10 - 31.10
—Hamburgo - A partir del 12/10

SITUACIÓN CON LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

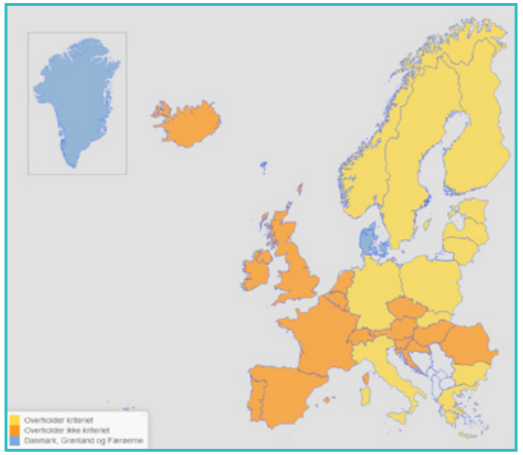
05 MERCADOS

PAÍSES NÓRDICOS

Suecia: El Gobierno sueco ha decidido suspender los viajes no esenciales a Suecia desde países fuera de la UE. Esta prohibición se aplicará hasta el 31 de octubre. No hay ningún requisito de cuarentena para los viajeros a Suecia. La prohibición de entrada no se aplica a los ciudadanos de los países de la UE/EEE, Reino Unido, Suiza, Andorra, Mónaco, San Marino y el Vaticano, ni a sus familias, ni para los viajes a Suecia desde la zona de la UE/EEE.



Noruega: Los visitantes procedentes de España sí han de cumplir la cuarentena obligatoria. Sigue sin estar permitida la entrada de turistas procedentes de países no UE, EEE o Schengen.



Dinamarca: Las personas que residen en un país clasificado como "abierto" (amarillo en el mapa) pueden entrar en Dinamarca, sin importar el propósito. Mientras que los países de la UE y del área Schengen, así como el Reino Unido, que no cumplen los criterios del SSI para ser abiertos debido a un número excesivamente alto de personas infectadas, los países serán clasificados como países prohibidos (naranja). Entre ellas se encuentra España.

Finlandia: se restablecen restricciones de entrada para países que superen el límite de 25 casos nuevos por 100.000 habitantes en los últimos 14 días.

SITUACIÓN CON LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

05

MERCADOS

Aerolíneas y Tour Operadores que vuelan a Fuerteventura

Aerolínea	Inicio de operacionesVuelos
Suecia	
Novair (Apollo)	06 de oct Arlanda 26 de oct Gotemburgo
Norwegian	12 oct Estocolmo (1stop en Copenhague)
SAS (Apollo)	16 oct Arlanda 02 nov Gotemburgo
Dinamarca	
Novair (Apollo)	06 oct Copenhague 12 oct Billund
Norwegian	12 oct Copenhague 12 oct Billund
SAS (Apollo)	20 oct Copenhague
Great DaneAirline (Apollo)	12 oct Aalborg
Noruega	
Norwegian	12 oct Oslo (1stop en Copenhague)
SAS (Apollo)	20 diciembre Oslo
Finlandia	
Finnair (Aurinkomatka / Apollomatka)	11 oct Helsinki

SITUACIÓN CON LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

05

MERCADOS

ITALIA E HUNGRÍA

Italia: obligación de realizar PCR tras viajar a Fuerteventura (lo mismo sucede desde cualquier lugar de España).
Hungría: cuarentena obligatoria para aquellos que vengan del extranjero, pudiéndose suprimir mediante dos test PCR realizados como máximo 5 días antes de la llegada y mediante alguna institución húngara.

Aerolíneas y Tour Operadores que vuelan a Fuerteventura

Aerolínea	Inicio de operacionesVuelos
VUELING	Desde la actualidad
EASY JET	Reanuda las conexiones Milán Malpensa-Fuerteventura desde el 1 de julio
RYANAIR	1 de julio
NEOS AIR	1 de julio
CHRISTIAN TOUR	N/D
WIZZ AIR	Inaugura nueva conexión: Milán Malpensa-Fuerteventura desde el 3 de julio
VIASALE**	N/D

**Las ventas de ViaSale se han detenido de manera inmediata debido a la gran cantidad de cancelaciones, lo que finalmente ha provocado la cancelación de todos sus vuelos chárter para la temporada de verano 2020. Al seguir la legislación de cualquier compañía española, se están repartiendo bonos vacacionales para aquellos que decidan cancelar su reserva, por lo que un gran porcentaje de estas reservas se podrían mantener para el invierno 20/21 y el verano 2021.

SITUACIÓN CON LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

05

MERCADOS

FRANCIA, BÉLGICA Y LUXEMBURGO

Francia: Sin restricciones de cuarentena ni Test a la llegada para europeos. Simplemente código QR antes de volar.

Bélgica: El gobierno belga sigue desaconsejando viajar a España y mantiene a todo el país en zona roja, a excepción de la provincia de Santa Cruz de Tenerife que se mantiene en zona naranja. Los que han permanecido en las zonas rojas deben, sin embargo, ponerse en cuarentena a su llegada a Bélgica y someterse a un control obligatorio.

Luxemburgo: Toda persona que llegue de un país extranjero tiene la posibilidad de ser testado con un test PCR totalmente gratuito a su entrada al país.

Aerolíneas y Tour Operadores que vuelan a Fuerteventura

Aerolínea	Inicio de operaciones
TUI fly Bélgica	21 de oct
Ryanair	07 de oct
EasyJet	19 de dic
TUI FLY Francia	02 de oct
Vueling	03 de oct
Transavia	19 de dic
Volotea	08 de nov

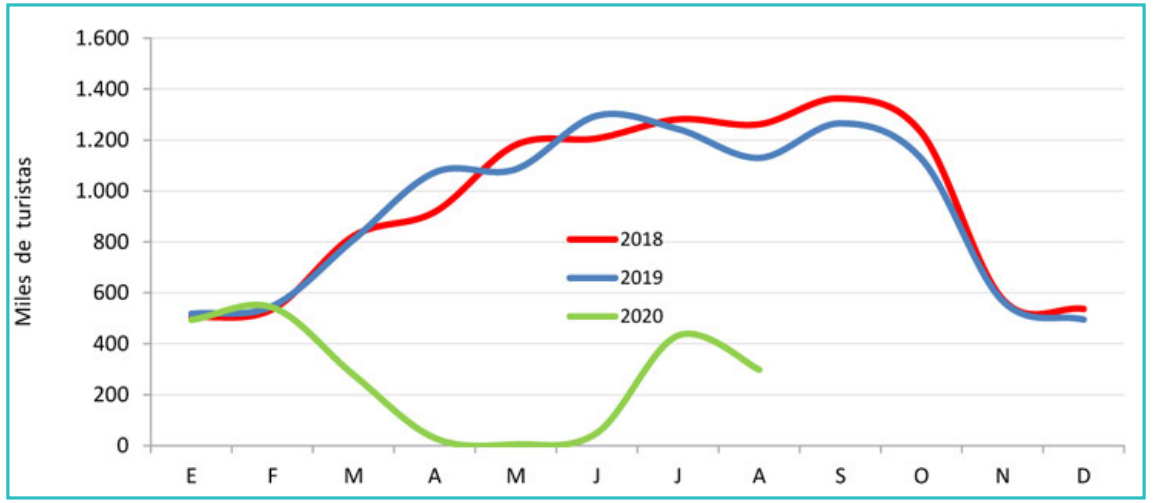
INFORMES

05 MERCADOS

5.2. INFORMES
(TURESPAÑA, DATOS PARA ESPAÑA)

ALEMANIA

LLEGADAS DE TURISTAS - FRONTUR (INE)



+ INFO

PROSPECTIVA
4º TRIMESTRE **2020**

Los primeros ocho meses de 2020 han mostrado importantes caídas tanto en el flujo de turistas(-73,0%), como en el gasto (-71,7 %), como consecuencia de la crisis provocada por la COVID-19. (INE).

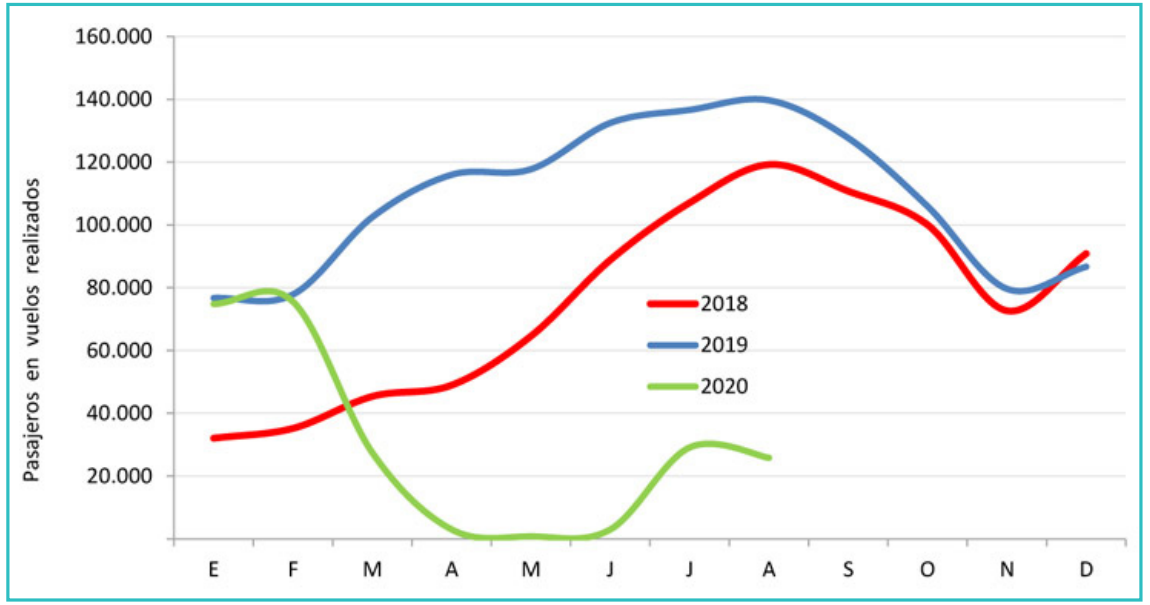
INFORMES

05

MERCADOS

AUSTRIA

VUELOS REALIZADOS (AENA)



+ INFO

Marzo fue el primer mes en el que comenzó a manifestarse la crisis de la COVID-19. Como consecuencia, en el primer trimestre de 2020, las pernoctaciones hoteleras del mercado austríaco mostraron un descenso (-24,1%), que en el mes de agosto ha sido mucho más acusado (-89,8%)(EOH-INE).

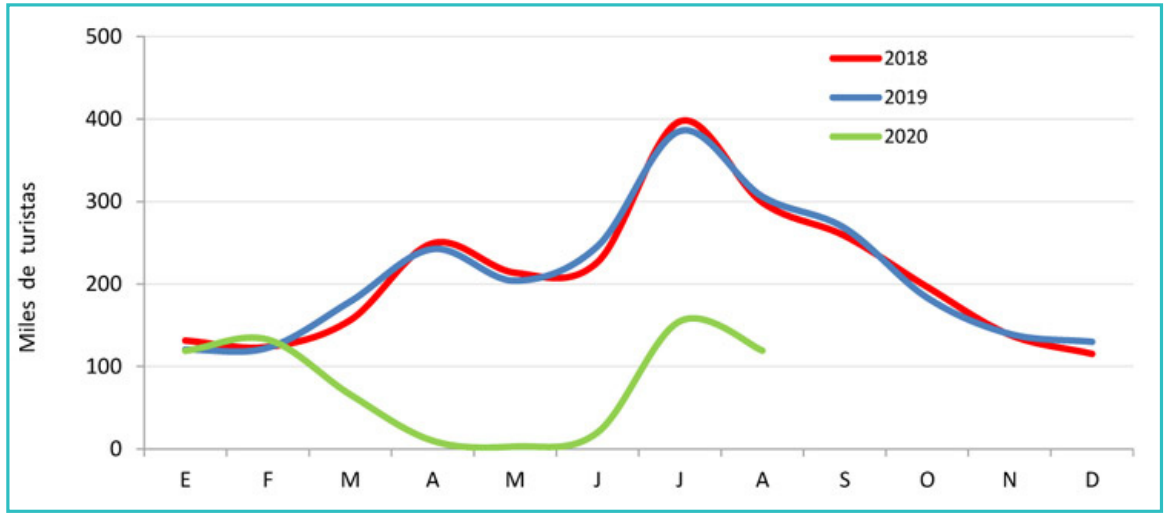
INFORMES

05

MERCADOS

BÉLGICA

LLEGADAS DE TURISTAS - FRONTUR (INE)



+ INFO

PROSPECTIVA
4º TRIMESTRE **2020**

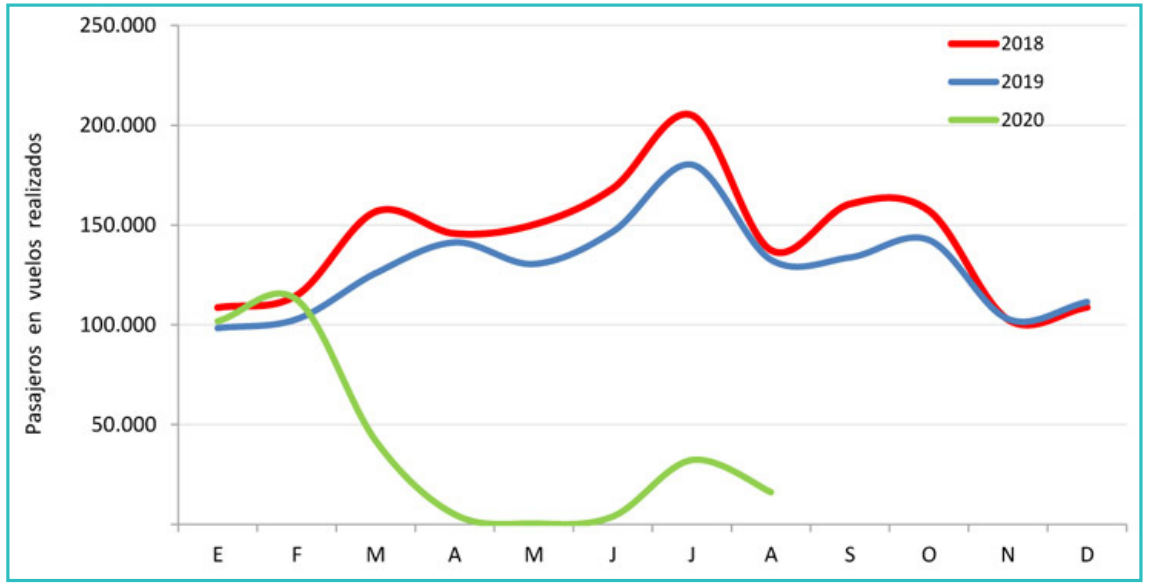
Los primeros ocho meses de 2020 han mostrado importantes caídas tanto en el flujo de turistas (-66,7%), como en el gasto (-66,6%), como consecuencia de la crisis provocada por la COVID-19. (INE).

INFORMES

05 MERCADOS

DINAMARCA

VUELOS REALIZADOS (AENA)



+ INFO

PROSPECTIVA
4º TRIMESTRE **2020**

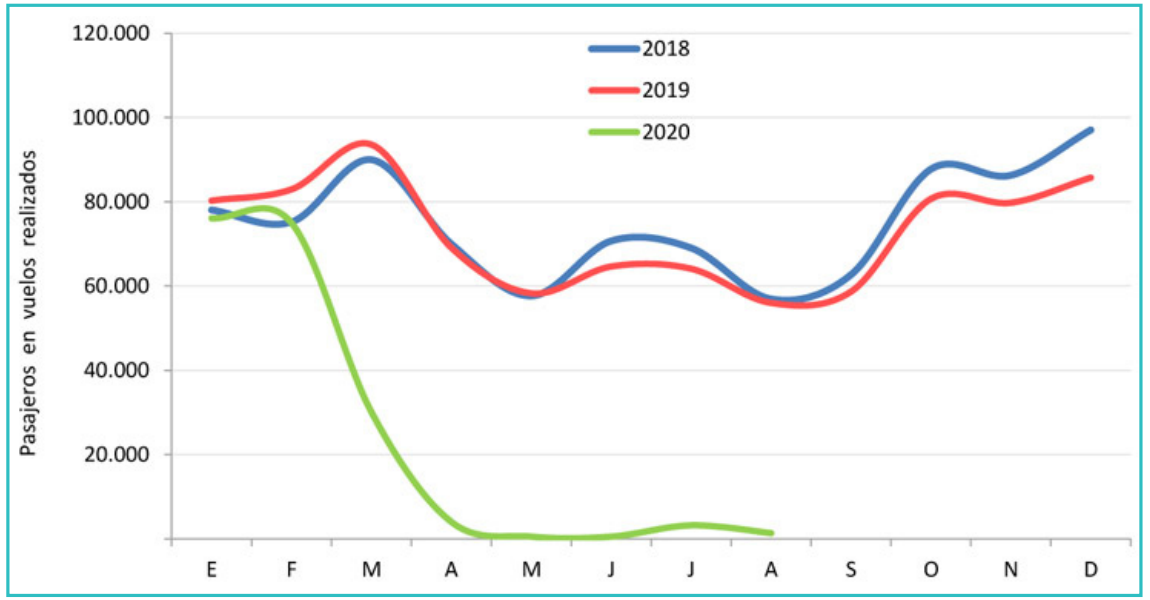
Marzo fue el primer mes en el que comenzó a manifestarse la crisis de la COVID-19. Como consecuencia, en el primer trimestre de 2020 las pernoctaciones hoteleras del mercado danés mostraron un descenso (-17,8%), que en el mes de agosto ha sido mucho más acusado (-92,7%) (EOH-INE).

INFORMES

05 MERCADOS

FINLANDIA

VUELOS REALIZADOS (AENA)



+ INFO

PROSPECTIVA
4º TRIMESTRE **2020**

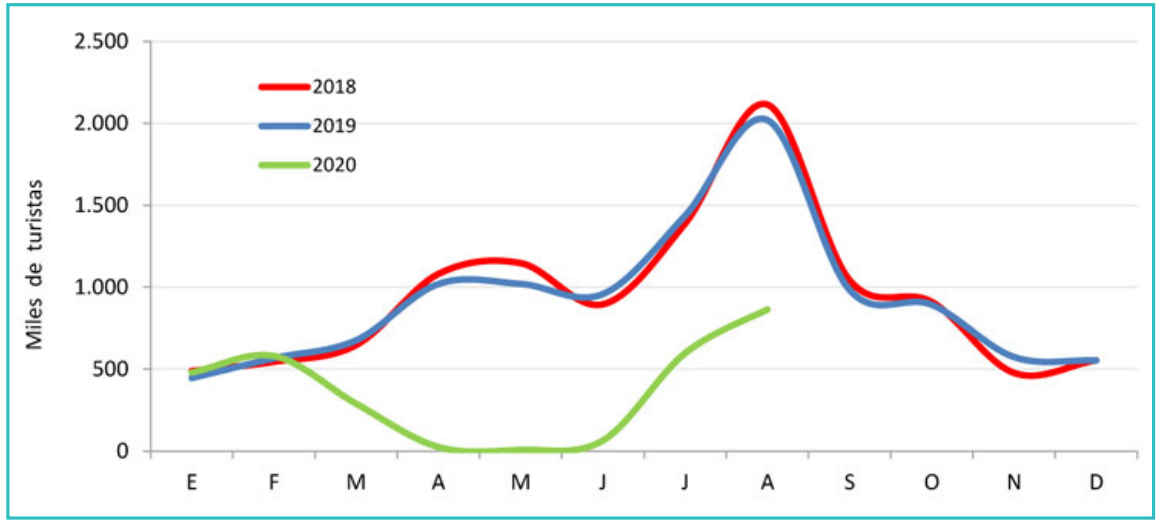
Marzo fue el primer mes en el que comenzaron a manifestarse la crisis de la COVID-19. Como consecuencia, en el primer trimestre de 2020, las pernoctaciones hoteleras del mercado finlandés mostraron un descenso (-16,6%), que en el mes de agosto ha llegado hasta el -93,2%(EOH-- INE).

INFORMES

05 MERCADOS

FRANCIA

LLEGADAS DE TURISTAS - FRONTUR (INE)



+ INFO

PROSPECTIVA
4º TRIMESTRE **2020**

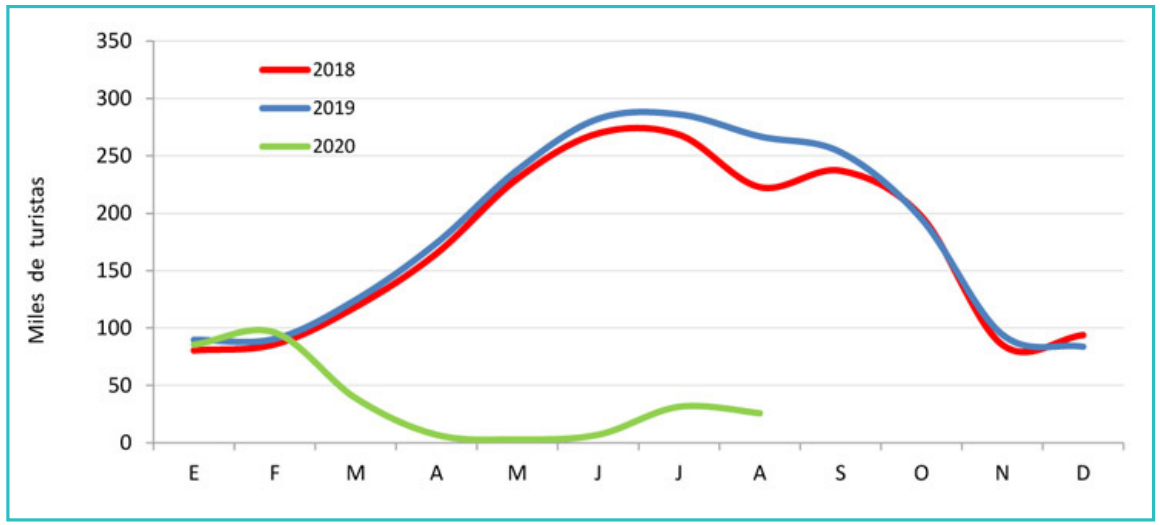
Aunque en julio y agosto hubo una pequeña recuperación, los primeros ocho meses de 2020 acumulan una importante caídas en el flujo de turistas (-64,7%), como consecuencia de la crisis provocada por la COVID-19. (INE).

INFORMES

05 MERCADOS

IRLANDA

LLEGADAS DE TURISTAS - FRONTUR (INE)



+ INFO

PROSPECTIVA
4º TRIMESTRE **2020**

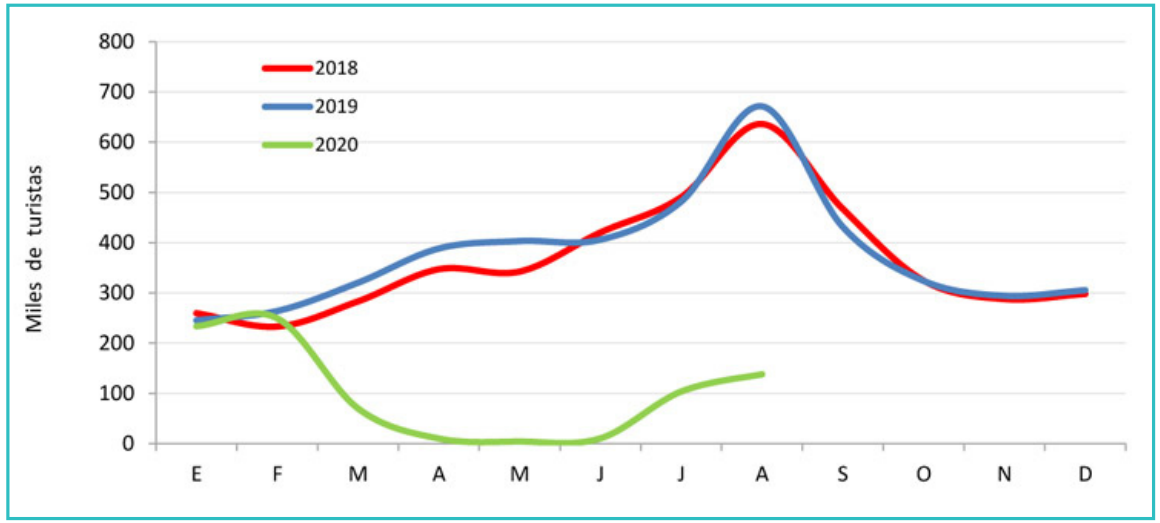
En el mercado irlandés, los primeros ocho meses de 2020 han mostrado importantes caídas tanto en el flujo de turistas (-82,1%), como en el gasto (-81,8%), como consecuencia de la crisis provocada por la COVID-19 (INE).

INFORMES

05 MERCADOS

ITALIA

LLEGADAS DE TURISTAS - FRONTUR (INE)



+ INFO

PROSPECTIVA
4º TRIMESTRE **2020**

En el caso de Italia, los primeros ocho meses del año, las consecuencias de la crisis provocada por la COVID-19 alcanzan caídas de -74,7% en el flujo de turistas y de -74,3% en el gasto.

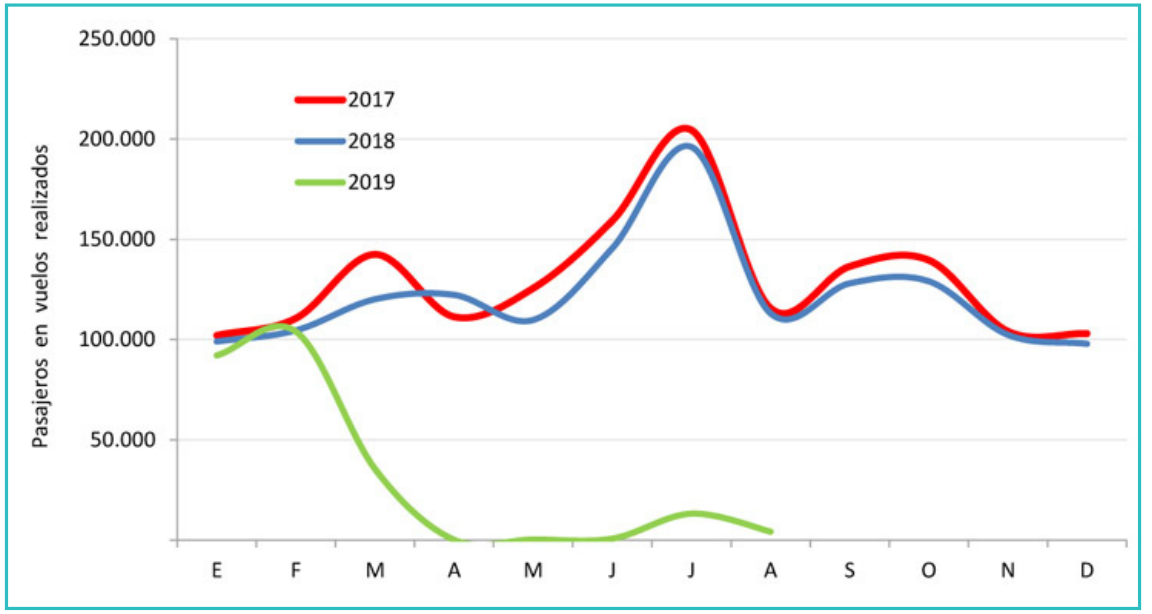
INFORMES

05

MERCADOS

NORUEGA

VUELOS REALIZADOS (AENA)



+ INFO

PROSPECTIVA
4º TRIMESTRE **2020**

Como consecuencia de la crisis de la COVID-19, en el primer trimestre de 2020 las pernoctaciones hoteleras del mercado noruego mostraron un descenso(-14,8%), que en el mes de agosto ha llegado hasta el -97,7% (EOH-INE).

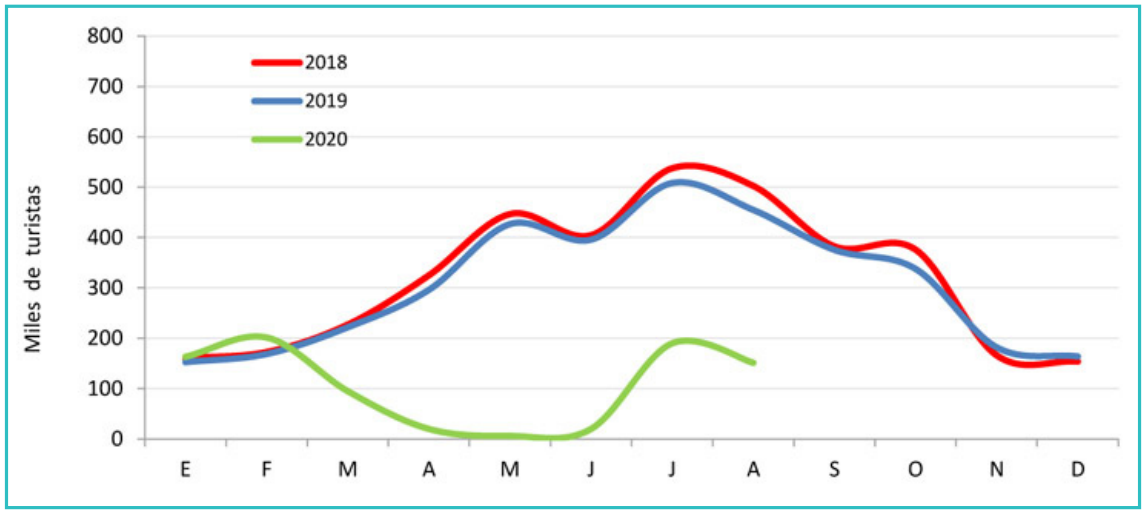
INFORMES

05

MERCADOS

PAÍSES BAJOS

LLEGADAS DE TURISTAS - FRONTUR (INE)



+ INFO

PROSPECTIVA
4º TRIMESTRE **2020**

En los Países Bajos, los primeros ocho meses de 2020 muestran caídas de -69,0% en el flujo de turistas y de -70,1% en el gasto, como consecuencia de la crisis provocada por la COVID-19 (INE).

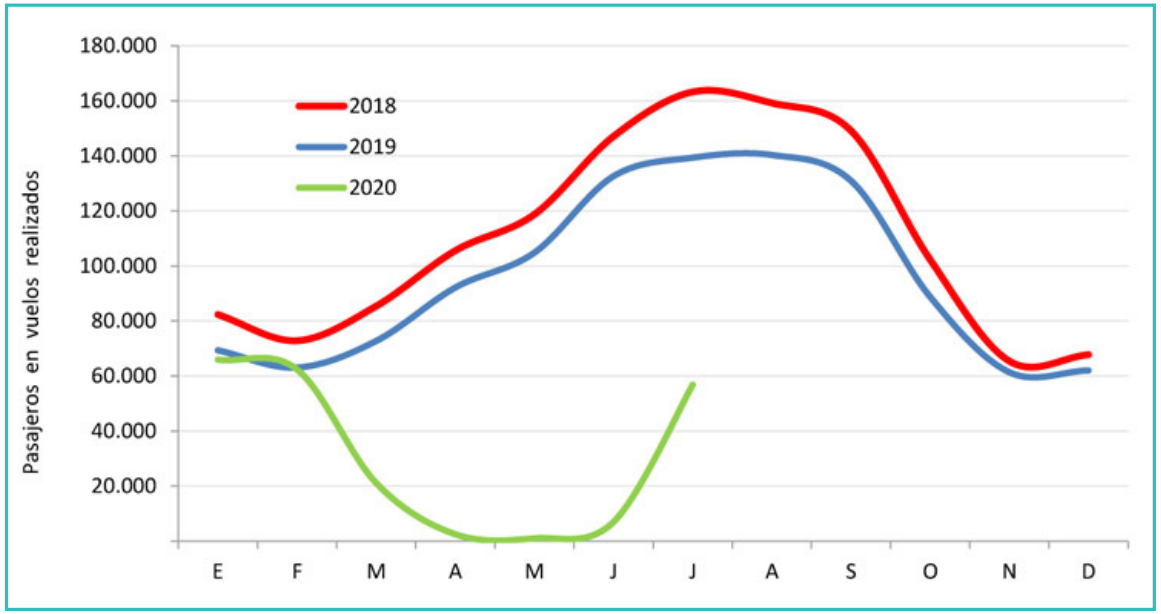
INFORMES

05

MERCADOS

POLONIA

VUELOS REALIZADOS (AENA)



+ INFO

Marzo fue el primer mes en el que comenzó a manifestarse la crisis de la COVID-19. Como consecuencia, en el primer trimestre de 2020 las pernoctaciones hoteleras del mercado polaco mostraron un descenso (-20,0%), que en el mes de agosto ha sido mucho más acusado, pero menor que en muchos otros países europeos (-60,7%)(EOH-INE).

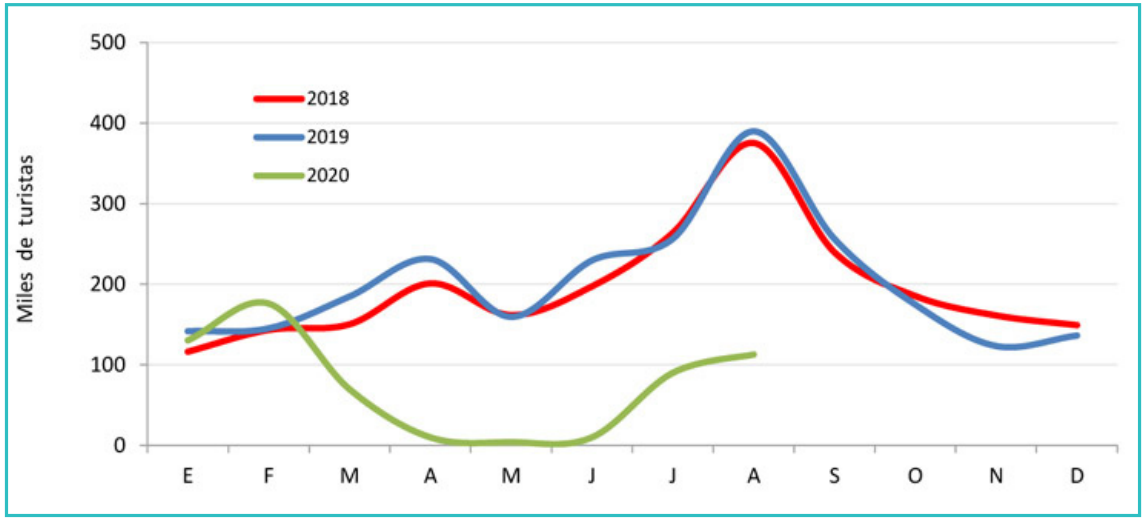
INFORMES

05

MERCADOS

PORTUGAL

LLEGADAS DE TURISTAS - FRONTUR (INE)



+ INFO

PROSPECTIVA
4º TRIMESTRE **2020**

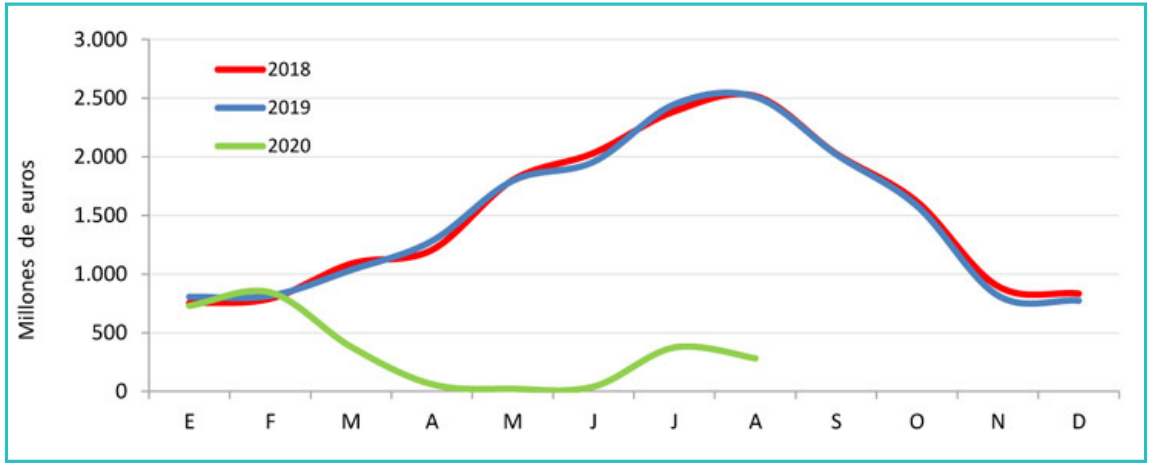
En los Portugal, los primeros ocho meses de 2020 muestran caídas de -66,3% en el flujo de turistas y de -72,9% en el gasto, como consecuencia de la crisis provocada por la COVID-19 (INE).

INFORMES

05 MERCADOS

REINO UNIDO

LLEGADAS DE TURISTAS - FRONTUR (INE)



+ INFO

PROSPECTIVA
4º TRIMESTRE **2020**

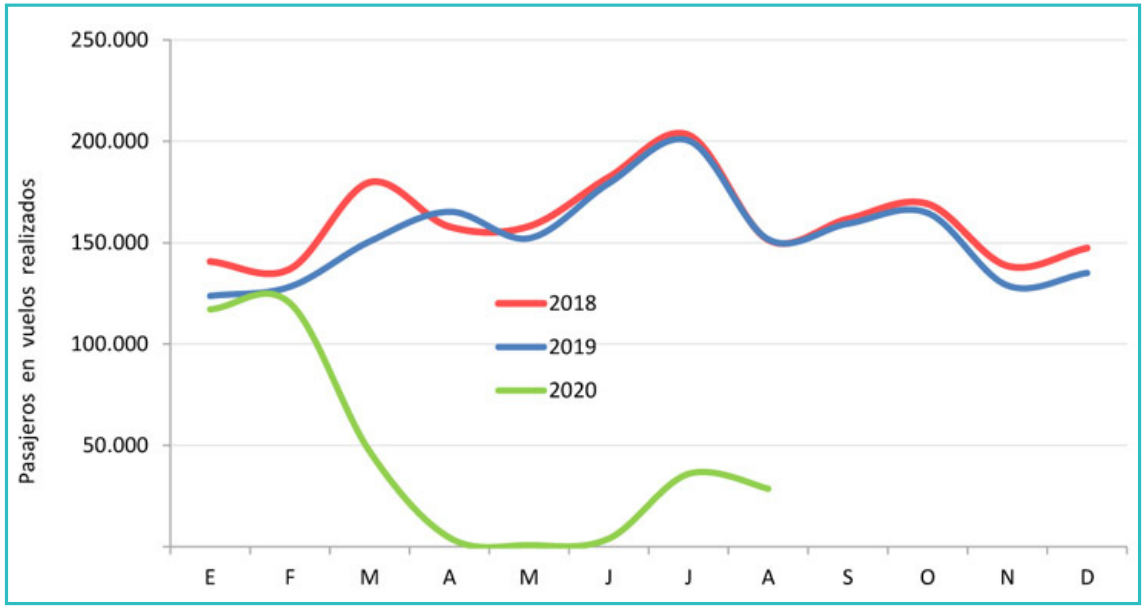
En el caso del Mercado británico, los primeros ocho meses del año, las consecuencias de la crisis provocada por la COVID-19 alcanzan caídas de -78,9% en el flujo de turistas y de -79,4% en el gasto.

INFORMES

05 MERCADOS

SUECIA

VUELOS REALIZADOS (AENA)



+ INFO

PROSPECTIVA
4º TRIMESTRE **2020**

En Suecia, las consecuencias de la crisis provocada por la COVID-19 que comenzaron a manifestarse en el mes de marzo, han producido en el mes de agosto un descenso en las pernoctaciones hoteleras del -90,4% (EOH-INE).

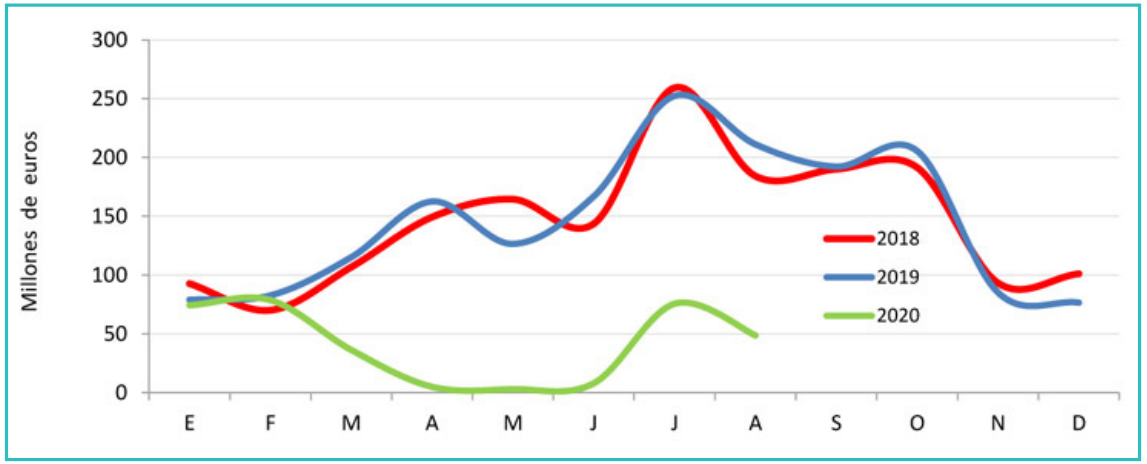
INFORMES

05

MERCADOS

SUIZA

LLEGADAS DE TURISTAS - FRONTUR (INE)



+ INFO

PROSPECTIVA
4º TRIMESTRE **2020**

En el caso de Suiza, los primeros ocho meses de 2020 han mostrado importantes caídas tanto en el flujo de turistas (-72,7 %) como en el gasto (-73,5%), como consecuencia de la crisis provocada por la COVID-19 (INE).

EJES DE ACTUACIÓN

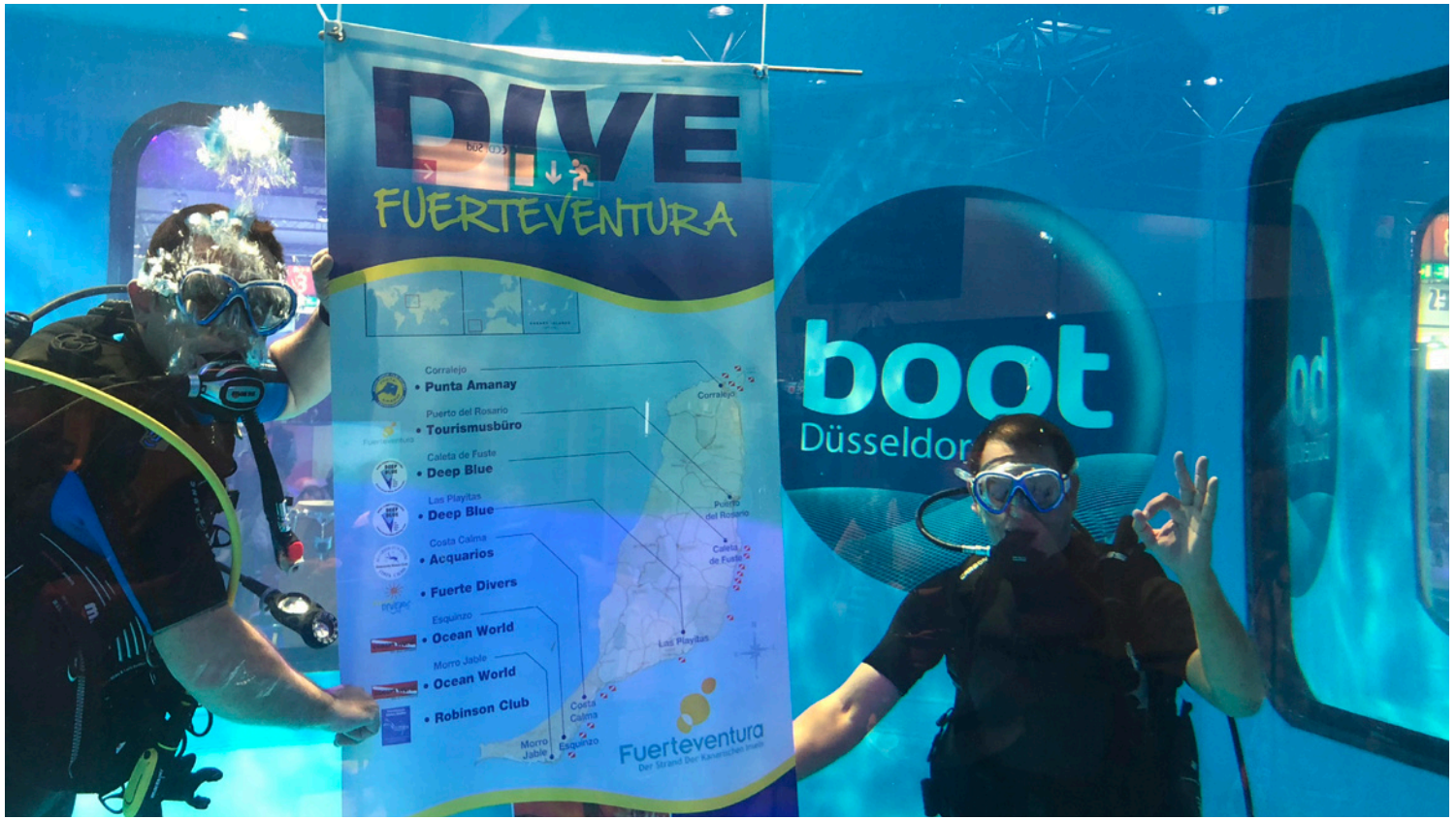
06

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA 2021

6.1. EJES DE ACTUACIÓN

1. PROMOCIÓN EXTERIOR

Asistencia a ferias virtuales o presenciales, según sea aconsejado por las autoridades sanitarias, y digitalización de nuestra promoción con Partners tales como lineas aéreas o operadores turísticos, ademas de agentes de viaje independientes en origen.



PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA

EJES DE ACTUACIÓN

06

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA 2021

2. CLUBES DE PRODUCTO

Con sello propio, motivación y puesta en valor de recursos locales que puedan convertirse en producto. Habrá una decidida apuesta por la oferta de Gastronomía, Deportes, Productos Eco, Productos Bio, Wedding, Mice, Emeeting, Eworking, Eventos, Naturaleza, Salud, Starlight, Reserva de la Biosfera y Moda.

3. ACCESIBILIDAD

Seguiremos insistiendo un año más en la necesidad de continuar ganando campo para convertirnos en un destino accesible. El Gobierno Insular y los seis ayuntamientos, conjuntamente con el tejido empresarial, deberán continuar su política de adaptación de espacios públicos y empresas para dar acceso a este importante nicho de mercado.

4. SICTED

Potenciación y seguimiento del sello SICTED en nuestra isla. La calidad del servicio debe seguir siendo una constante desde el Sistema Integral de Calidad en Destino creado por la Secretaría de Estado para el Turismo con especial implicación en Fuerteventura.

Fuertevensport Islas Canarias
Fuertevensun Islas Canarias
Fuertevengastro Islas Canarias
Fuertevencool Islas Canarias
Fuertevenmeeting Islas Canarias
Fuertevenhealth Islas Canarias
Fuerteveworking Islas Canarias
Fuertevenbio Islas Canarias
Fuertevenature Islas Canarias
Fuerteveneco Islas Canarias
Fuertevenstars Islas Canarias
Fuertevenevent Islas Canarias

EJES DE ACTUACIÓN

06

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA 2021

5. CONECTIVIDAD AÉREA

Ahora más que nunca, después de una crisis devastadora para nuestra economía, tenemos que afianzar una conectividad aérea regular que de impulso a los recursos-productos que queremos poner en valor. Estaremos pendientes de como queda el panorama aéreo a nivel internacional para afianzarnos.

6. BIG DATA

Sabremos el comportamiento de nuestros visitantes y turistas, lo que demandan, cómo nos ven,... a través de un programa de Big Data que nos facilite información para poder ser más competitivos y estar a la altura no solo de sus expectativas sino de lo que debe ser un destino turístico internacional de primer orden.

7. CONCURSO DE FOTOGRAFÍA

Se motivará un concurso de fotografía local como banco de imágenes actualizado de nuestro archivo gráfico que sirva también de campañas como "En-Marca #Fuerteventura".

8. CAMPAÑAS INTERNAS CON MERCHANDISING PROPIO

Realizaremos campañas internas puntuales con turistas en la isla para premiarles por elegirnos como destino turístico y para agradecerles su estancia entre nosotros.

EJES DE ACTUACIÓN

06

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA 2021

9. DIGITALIZACIÓN DE CONTENIDOS

Se potenciará la digitalización de contenidos gráficos, informativos, audiovisuales... de nuestro destino, para emitir campañas concretas de promoción turística a través de nuestra web y redes sociales.

10. LABORATORIO DE EMOCIONES: EMOTUR

En coordinación con la Universidad de las Palmas de Gran Canaria colaboraremos con el programa Emotur, un centro de investigación y experimentación multimedia especializado en la comunicación de experiencias turísticas y en el análisis de las emociones del nuevo turista potencial .

11. COLABORACIÓN CON RESERVA DE LA BIOSFERA

En colaboración con la Reserva de la Biosfera de Fuerteventura el Patronato de Turismo incentivará el turismo sostenible y el desarrollo de productos ecoturísticos. La Reserva de la Biosfera tiene una estrategia para la revalorización de los espacios naturales y la biodiversidad de la Isla, así como de los cielos nocturnos, y desarrolla acciones para potenciar las experiencias respetuosas con el medio ambiente y la protección del entorno, como la reducción de plásticos de un solo uso.

PROMOCIÓN: FERIAS Y EVENTOS

06

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA 2021

6.2. PROMOCIÓN: FERIAS Y EVENTOS

FERIAS

Fecha	Nombre feria	Ciudad	País	Categoría	Tipo	Espacio	Tipo
ENERO							
14	FERIEN	VIENA	AUSTRIA	Generalista	Feria	Turespaña	Virtual
22 al 24	SIT NANTES	NANTES	FRANCIA	Generalista	Feria	Turespaña	Presencial
FEBRERO							
7 al 9	BIT	MILÁN	ITALIA	Generalista	Feria	Islas Canarias	Presencial
19 al 20	FIETS EN WANDELBEURS	GANTE	BÉLGICA	Cicloturismo	Feria	Turespaña	Presencial
24 al 28	F.R.E.E	MUNICH	ALEMANIA	Generalista	Feria	Turespaña	Presencial
25 al 28	UTAZAS	BUDAPEST	HUNGRÍA	Generalista	Feria	Turespaña	Presencial
26 al 28	FERIE FOR ALLE	HERNING	DINAMARCA	Generalista	Feria	Turespaña	Presencial
MARZO							
3 al 7	BTL	LISBOA	PORTUGAL	Generalista	Feria	Islas Canarias	virtual/prese
9 al 12	ITB	BERLÍN	ALEMANIA	Generalista	Feria	Islas Canarias	Virtual
18 al 21	SALON MONDIAL DU TOURISME	PARÍS	FRANCIA	Generalista	Feria	Turespaña	Presencial
ABRIL							
6-11	VAKANTIEBEURS	UTRECHT	HOLANDA	Generalista	Feria	Turespaña	Presencial

06

CALENDARIO DE FERIAS

MAYO							**Tipo**
7-9	EXPOVACACIONES	BILBAO	ESPAÑA	Generalista	Feria	Islas Canarias	Presencial
19 al 23	FITUR	MADRID	ESPAÑA	Generalista	Feria	Islas Canarias	Presencial
21 al 23	MATKA	HELSINKI	FINLANDIA	Generalista	Feria	Turespaña	Presencial
28 al 30	NAVARTUR	PAMPLONA	ESPAÑA	Generalista	Feria	Islas Canarias cofinanciado	Presencial
JUNIO							
8 al 9	INTERNATIONAL SPORTS CONVENTION	LONDRES	REINO UNIDO	Deporte	Evento (bienal)	Islas Canarias	Presencial
11 al 13	B-TRAVEL	BARCELONA	ESPAÑA	Generalista	Feria	Islas Canarias	Presencial

OCTUBRE							**Tipo**
18 al 21	IGTM	NEWPORT/ GALES	REINO UNIDO	Golf	Feria	Islas Canarias cofinanciado	Presencial
Pend.	SALON DES VACANCES	BRUSELAS	BÉLGICA	Generalista	Feria	Turespaña	Presencial
MOVIEMBRE							
Pend.	WORLD TRAVEL MARKET	LONDRES	REINO UNIDO	Generalista	Feria	Islas Canarias	Presencial
11	TRAVEL NEWS MARKET	ESTOCOLMO	SUECIA	Profesional	Evento	Islas Canarias cofinanciado	Presencial
13 14	PHOTO + ADVENTURES	VIENA	AUSTRIA	Turismo activo, aventura y deportes	Feria	Islas Canarias	Presencial
Pend.	INTUR	VALLADOLID	ESPAÑA	Generalista/ rural	Feria	Islas Canarias cofinanciado	Preeencial
30 al 2/12	IBTM WORLD	BARCELONA	ESPAÑA	MICE	Feria	Islas Canarias cofinanciado	Presencial

DICIEMBRE							
5 al 13	SALON NAUTIQUE PARIS	PARÍS	FRANCIA	Náutica	Feria	Islas Canarias cofinanciado	Presencial

06

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA 2021

JORNADAS PROFESIONALES ALEMANIA 2021

Fecha por determinar, presencial o virtual en función de los consejos y medidas de las autoridades sanitarias.

JORNADAS PROFESIONALES REINO UNIDO 2021

Fecha por determinar, presencial o virtual en función de los consejos y medidas de las autoridades sanitarias.

WEBINARS

En los mercados alemán, francés, italiano, polaco y británico.

Fuerteventura

WWW.VISITFUERTEVENTURA.ES

PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA

C/ Almirante Lallermand, nº 1 | Puerto del Rosario | (+34) 928 530 844 | (+34) 928 852 016 | info@visitfuerteventura.es