Turismo realiza un estudio que analiza la oferta de productos gastronómicos canarios en los hoteles y apartamentos de las Islas

El 89,4% de los establecimientos disponen de platos típicos canarios en la carta buffet y un 54% de los turistas se muestran muy interesados en los productos canarios

La directora general de Promoción Turística, Candelaria Umpiérrez, señala que “la gastronomía, especialmente aquella vinculada a nuestra identidad y sector primario, constituye una gran oportunidad para diferenciarnos de otros destinos competidores”

La Consejería de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias, a través del Observatorio Turístico, ha elaborado un informe para analizar la oferta de productos canarios en los establecimientos hoteleros y extrahoteleros de las Islas.

El estudio, denominado “Hábitos de Compra de Productos de Alimentación y Bebida en el sector hotelero y extrahotelero de Canarias”, invitó a participar a 596 establecimientos de todas las Islas, de los que 403 fueron hoteles y 193 establecimientos extrahoteleros. Una de las conclusiones principales determina que el 89,4% de los encuestados disponen de platos típicos canarios en la carta o buffet, incluso un 46,5% señala que existe un área del buffet dedicada a productos canarios.

Además, un 77,7% disponen de chefs con formación en cocina canaria y un 69,2% indica que existe una jornada semanal dedicada a la cocina canaria. Un 36,1% de ellos disponen incluso de un restaurante especializado en cocina canaria.

La directora general de Ordenación y Promoción Turística del Gobierno de Canarias, Candelaria Umpiérrez destacó que “con 13.125.368 de turistas recibidos en 2015, con una estancia media de 9,46 noches, tenemos una ecuación que se traduce en 124 millones de desayunos y 124 millones de almuerzos y cenas”. “Se trata de una oportunidad única de dar a conocer nuestra gastronomía y el Gobierno de Canarias es consciente de ello, dedicando especial atención al sector primario del Archipiélago, apoyando el desarrollo de nuestra gastronomía y las actividades agrarias, ganaderas y pesqueras”, indicó.

Candelaria Umpiérrez ha mostrado su satisfacción por el resultado de la encuesta, “ya que indica que vamos por el buen camino porque la gastronomía, especialmente aquella más vinculada a nuestra identidad y nuestro sector primario, constituye una gran oportunidad para diferenciarnos de otros destinos turísticos competidores y aportar valor a aquellos de nuestros visitantes, actuales y futuros, que incorporan el conocimiento y disfrute de la buena gastronomía en sus expectativas de viaje, aunque no sea como motivación principal. No son todos, pero son muchos y cada día más”, señaló.

En cuanto a los clientes de los establecimientos el estudio especifica que un 54% de ellos se muestran bastante o muy interesados en los productos canarios. Los hoteleros encuestados consideran que los platos y productos típicos canarios tienen una buena (61,5%) o muy buena (30,2%) acogida entre sus clientes y un 62,5% de ellos perciben que existe un mayor interés por la gastronomía local. También se observa un progresivo interés entre los turistas que nos visitan por los productos ecológicos.

Según el estudio, el interés hacia la gastronomía local es mayor entre los turistas que visitan las islas de La Gomera o El Hierro. El plato típico canario estrella son las papas arrugadas con mojo, presente en el 100% de los establecimientos participantes en la encuesta. Le sigue la pata asada (un 80,9%) y los potajes (un 79,8%).

El producto local más ofertado es el plátano (94,2%), el gofio (92,4%), el tomate (85,7%) y la papa (78,4%). Los aspectos peor valorados son el precio y la variedad.

El Plan Estratégico de Promoción Turística de Canarias 2012-2016 establece entre una de sus actuaciones principales realizar una dinamización, mejora y especialización del producto potenciando que la oferta incorpore elementos de identidad local y la imagen del destino potencie el turismo gastronómico y el enoturismo.

La directora general de Ordenación y Promoción Turística concluye que “los resultados del estudio muestran claramente que los turistas que visitan Canarias muestran cada vez un mayor interés por la cultura y costumbres locales y los productos canarios presentan una elevada cuota de penetración en los hoteles y apartamentos de las Islas”. “Sin embargo”, continúa, “es importante el uso de estrategias de promoción y marketing para acercar a los turistas a nuestra cultura y costumbres a través de nuestros alimentos y bebidas, como rutas, ferias, visitas, muestras etc”.

Saludos,

Gabinete de Comunicación