Sant Jordi ya no mata al dragón, sino que le da un pinchazo

Alexís Roig Shanghai
Halloween, San Valentin, Año Nuevo Chino, San Patrick’s, Black Friday... Tradiciones occidentales y creaciones de marketing de países diversos ocupan un lugar destacado en nuestro calendario y imaginario. Tradiciones locales que devienen globales. ¿Esiste un fenómeno único de las grandes culturas homogéneas? ¿Puede una pequeña cultura como la nuestra marcar una página en el calendario internacional?
Este sábado celebraremos una de nuestras tradiciones más queridas: Sant Jordi. Una fiesta cultural, emocional, familiar y ecológica. Una celebración que no pasa despercebida fuera de nuestras fronteras. Miles de visitantes de todo el mundo se acercan a Barcelona para dejarse llevar por el ambiente festivo y cultural que se respira en sus principales calles y ramblas, llenas de rosas y libros.
Se trata de mucho más que una danza nacional. Una tradición en la que hemos sabido sacar la mejor de nosotros, una fiesta que cada año impulsa la cultura y se basa en unos valores que la hacen universal.
Son precisamente estos valores universales los que han hecho de Sant Jordi una celebración de cientos de ciudades internacionales como Chicago y Sydney.

Shanghai celebra desde ayer la mayor festividad del libro y de la rosa

La Diputación gastará 50.000 euros anuales para mantener limpio y en condiciones el Noguera Pallaresas de las autopistas fluviales más concurridas de la Peninsula. Treinta años después de ese primer viaje, las empresas de aventura del Pallars Sobirà han contratado unos seis millones de servicios de actividades acuáticas.

La temporada de primavera ve nacer empresarios con mejores perspectivas. Según los estudios del Patronat de Turisme Terres de Lleida de la Diputación, el número de servicios de turismo activo que ofrecen cerca de las empresas de este ámbito rozan los 650.000. En el 2013 se realizaron 320.000 servicios de actividades terrestres, 312.000 de agua y unas 14.000 aéreas. La previsiones que hemos visto de actividades y turismo ha crecido en torno a un 15% por ciento este año. El rafting sigue siendo el producto estrella de las modalidades de agua y representa casi la mitad de todas las actividades. Es el que más crecimiento ha tenido.

La campaña actual ha comenzado con 224 empresas activas en las comunidades de Lleida, que ofrecen medio centenar de actividades. Las perspectivas son buenas, atendiendo al suave pero continuo crecimiento (y experiencia) del sector en los últimos años. Consecuencia de la atractiva recuperación económica y de la progresiva apertura del sector a los mercados europeos. Entre el 2009 y el 2013 se han producido efectos de la crisis, pero el sector nunca dejó de invertir para mejorar el producto. Según el presidente de la Asociación de Empresas de Deportes de Aventura del Pallars Sobirà, Roberto Delfos, las empresas de los sectores invertieron año tras año en la ampliación y el mejoramiento de los equipamientos deportivos de una media que supera los 30.000 euros por empresa en los últimos dos años. La campaña se refuerza con la elección de un nuevo parque acuático de aventura en el Pallars Sobirà, en las localidades de Ribagorza, La Garrotxa y Girona.

La importancia de este sector ha ido creciendo en los últimos años y actualmente se han incrementado en Mérida e Italia, así como en Girona. Además de durar más, se ha incrementado el número de estaciones de aventura, que en el año 2000 era de 25, en el 2013 ya eran 75. El sector de las autopistas fluviales ha multiplicado su número de empresas y ha pasado de tener 1.000 empresas en el 2010 a 2.500 en el 2013.

El rafting es el producto estrella de las actividades acuáticas que se organizan.

El número de empresas de turismo activo ha aumentado en los últimos años. La Diputación de Lleida ha invertido en la promoción de este sector, con acciones como el Día de la Mancomunidad de los Extremos y la celebración de la Semana del Turismo Activo. Las empresas han visto un aumento en el número de clientes, tanto nacionales como internacionales, lo que ha llevado a un incremento en el número de empleados en el sector. La inversión en equipamientos deportivos y la mejora de la infraestructura han sido factores clave en el desarrollo de este sector.

Las empresas de turismo activo en Lleida han visto un aumento en el número de clientes, tanto nacionales como internacionales, lo que ha llevado a un incremento en el número de empleados en el sector. La inversión en equipamientos deportivos y la mejora de la infraestructura han sido factores clave en el desarrollo de este sector.