

España recibe 5,5 millones de turistas en los dos primeros meses del año, un 4,5% más que en 2010



Canarias, primer destino en el 2011.

de 703.709 turistas. Valencia, registró un incremento del 7% Madrid registra un crecimiento del 3,7% en el mismo período. En cuanto a las Islas Baleares, han recibido 259.525 turistas, un 2% menos respecto al mismo período de 2010.

Vías de acceso, alojamiento y forma de organización

El 81,1% utilizaron el avión, un 5,2% más que en el mismo período de 2010. La carretera (el 16,1%) aumentaron un 1,5% y aquellos que optaron por otras vías de acceso, como tren, barco, etc. subieron un 0,3%.

Con respecto al tipo de alojamiento, el 61,7% de los turistas se alojaron en hoteles, lo que supone un incremento del 4,2%. Así, el alojamiento extrahotelero registró una subida del 6,1% y el uso de la vivienda propia o de familiares por parte de los turistas internacionales subió un 3,8%. Por último, según la forma de organización de viaje, el 70,6% de los turistas que vinieron a España lo hicieron sin paquete turístico, un 6,7% más; el resto contrató un paquete turístico, lo que se traduce en una subida del 0,6% respecto al mismo período de 2010. ☺

España recibió en los dos primeros meses del año un total de 5,5 millones de turistas internacionales, lo que ha supuesto un crecimiento del 4,5% con respecto al mismo período del año pasado, según la encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR).

Este incremento supone la llegada de 235.000 turistas internacionales más en comparación con los llegados a nuestro país en los dos primeros meses del año pasado.

En el mes de febrero, llegaron a España 2,8 millones de turistas, lo que supone un incremento de 4,3% respecto al mismo mes de 2010. Este mes ha sido especialmente positivo para la entrada de turistas al registrar crecimientos después de dos años de caídas.

Mercados emisores

Reino Unido fue el mercado que más turistas emitió hacia España durante los dos primeros meses del año. Del total de visitantes recibidos, cerca del 20% ha sido británicos, más de un millón de turistas. El número de británicos que eligieron Madrid y Canarias en febrero fue un 16,5% y un 13,2% respectivamente.

Los siguientes mercados más destacados fueron Alemania y Francia 878.257 alemanes. En cuanto al mercado francés, tercero en número de llegadas, ha registrado un incremento del 4,9%.

Comunidades autónomas de destino principal

Canarias ha sido el principal destino de los turistas internacionales con el 32,2% de las llegadas (1,7 millones de turistas) en los dos primeros meses del año, lo que supone un aumento del 13,5% respecto al mismo período de 2010.

Cataluña con 1,2 millones de turistas internacionales, ha sido la segunda, (el 22% del total) le sigue Andalucía, con el 12,8%, con un total



La Costa Brava, Cataluña.



TURISMO DE MADRID: Plan de acción 2011

Se ha presentado recientemente las líneas estratégicas de actuación de **Turismo Madrid** para el año 2011, en el que se mantiene el presupuesto de promoción turística de ocio y negocio, a pesar de que este capítulo de la EMPM (Empresa Municipal Promoción Madrid) se reduce motivado, principalmente, por la clausura del canal de televisión esMADRIDtv.

En 2010 fue un año récord tanto en el número de viajeros a la ciudad de Madrid con 7.869.241, un 9,8% más que el año precedente como de pernoctaciones, con 15.242.941, un 11,6% más. Los objetivos para 2011 en cuanto a la promoción turística son: continuar el crecimiento de visitantes, pernoctaciones, estancia y gastos medios, continuar la colaboración Público-Privada, continuar la mejora de la calidad y, como novedad, desarrollar proyectos de sostenibilidad.

Las líneas estratégicas de actuación son las siguientes: refuerzo de la promoción en el mercado nacional especialmente en la ciudades con conexión AVE; concentración de la inversión en mercados estratégicos: Estados Unidos, Italia, Reino Unido, Francia, Alemania, Japón, México, Brasil y Argentina; potenciación de la cola-

boración con Turespaña y Comunidad de Madrid, ampliación de la red de acuerdos con grandes ciudades; potenciación de eventos especiales de marketing en la ciudad para dinamizar la demanda y duración de viajes a Madrid en periodos de baja ocupación; desarrollo de campañas cofinanciadas asociadas a nuevas conexiones aéreas a Madrid desde mercados estratégicos, fortalecimiento de las acciones de prensa y comunicación destinadas a difundir de forma más intensa y eficaz los recursos turísticos, la agenda y oferta turística de la ciudad mediante viajes de prensa, acciones de comunicación, etc. y desarrollo de acuerdos de colaboración con partners que permitan fortalecer la promoción de Madrid (ej. Real Madrid).

En los acuerdos con ciudades, se renovarán con Buenos Aires, México DF, Nueva York, Sao Paulo y Tokio, estando en fase de negociación con París, Los Ángeles, Seúl, Singapur y Washington. La renovación incluye la cesión e intercambio de soportes publicitarios, benchmarking buenas prácticas e información estadística. En el capítulo de patrocinios y acuerdos hay que destacar al Real Madrid en los apartados de publicidad, derechos de imagen, relaciones públicas y marketing y presen-

tación de Madrid en las giras internacionales del equipo, en especial, en los mercados de Estados Unidos y Asia.

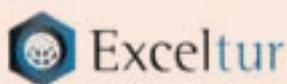
Como Proyectos Estratégicos se incluyen el desarrollo de dos nuevas herramientas: sistema de indicadores Telemático-Turísticos Avanzados (SITTA) que mostrará información sobre turistas y potenciará turistas de la ciudad de Madrid con interacción con sistemas electrónicos e Internet, tales como gasto realizado con tarjetas de crédito, opiniones vertidas en redes sociales sobre Madrid, visionado de videos sobre Madrid, búsquedas realizada en Google, etc. y sistema de Análisis y Reporting Turístico (SART) que permitirá el análisis de la información y la emisión de informes al sector, mediante el cruce de los datos recogidos en los sistemas SIT y SITTA. Otras áreas de actuación prioritarias del Patronato de Turismo de Madrid son la acogida y atención al turista, la fidelización del turista y la comunicación y diseño de productos.



Los Programas de Trabajo para 2011 que en este artículo solo se pueden enumerar son: **Descubre Madrid, Madrid Atiende, Madrid para todos, Madrid continua y comunica, Madrid fideliza, Madrid en Red, Madrid capital mundial del turismo, Aprende español en Madrid, Madrid y el río y Bienvenidos a la Jornada Mundial de la Juventud (JMJ)**. La programación "Descubre Madrid" se realiza todos los años, distribuida por las cuatro estaciones, primavera, verano, otoño e invierno y en los idiomas **Español, Inglés, Alemán, Francés, Italiano, Portugués, Japonés** y, próximamente, otro idioma. Como novedad, está la candidatura de Madrid a la Ryder Cup 2018. También ya se ha presentado la "Guía de Turismo Accesible" en CD interactivo y las visitas a medida para grupos. 🗣️

José Antonio Fernández Cuesta





Barómetro de la rentabilidad y el empleo de los destinos turísticos españoles de Exceltur

Exceltur presentó recientemente en Adeje (Santa Cruz de Tenerife) este informe como edición renovada y ampliada caracterizada por la inclusión de un nuevo ámbito clave y la evolución del empleo turístico en los 105 principales destinos turísticos españoles.

Este nuevo Barómetro incorpora una nueva información determinante para valorar el papel del turismo en la generación del bienestar social: la evolución del empleo vinculado a la actividad turística generado en cada uno de los 105 municipios urbanos y vacacionales que representan el 75% de la capacidad de la oferta turística española.

Sus principales resultados sobre la evolución del año 2010 confirman que los destinos urbanos acreditaron mayores fortalezas que los vacacionales, lo que se trasladó en un mayor nivel de ingresos por habitación hotelera disponible (REVPAR) y un mejor comportamiento del empleo turístico. El REVPAR hotelero de las 52 ciudades más relevantes de España alcanzó los 47,0 euros de media en 2010 con un crecimiento del 5,1% respecto los niveles del 2009, por encima de los 44,8 euros de media que el pasado año obtuvieron los hoteles localizados

en los 53 destinos vacacionales de mayor número de turistas. Las ciudades cuya combinación de oferta turística les permitió conseguir mayor nivel de rentabilidad y de empleo en las actividades dependientes del turismo han sido Barcelona, Madrid, Sevilla, Valencia, Santiago de Compostela, San Sebastián, Cádiz, Santander y Málaga. Esta realidad contrasta con aquellas ciudades donde la rentabilidad que se deriva del turismo, se refleja tanto en los ingresos que obtiene los hoteles localizados en su territorio como en el empleo que genera.

Es el caso de un buen número de capitales de provincia del interior donde los REVPAR medio de toda la oferta alojativa no superan los 25 euros y los niveles de empleo turístico son todavía muy limitados, como sucede con Badajoz, Guadalajara, Lugo, Ávila, Huesca, Palencia, Murcia, Albacete, Lérida, Orense y Castellón. Los efectos del Jacobeo permitieron a Santiago de Compostela liderar 2010 el crecimiento en empleo turístico y REVPAR hotelero seguido de Tarragona, entre otros destinos urbanos españoles. Por otro lado, las ciudades que con más intensidad han continuado sufriendo en 2010 una contracción de sus ingresos turísticos, incidiendo en una nueva caída del empleo, han sido Soria, Gerona, Ciudad Real, Murcia, Jaén, Mérida, Zamora, Alicante, Albacete y Cádiz.

En los destinos vacacionales con una mejor combinación entre las diversas tipologías de oferta alojativa, calidad y renovación de sus espacios turísticos, han logrado en 2010 un mayor nivel de rentabilidad turística, como es el caso de San Bartolomé de Tirajana, gracias a la zona de Meloneras, Adeje y Marbella. Otros municipios como Chiclana, e Ibiza han registrado niveles elevados de REVPAR por encima de los 55 euros de media. Todos estos municipios necesitan abordar profundos ejercicios de reconversión y reposicionamiento de su oferta y sus espacios, para asegurar sus niveles de actividad y de empleo en el futuro. (Nota: se puede consultar el informe completo con gráficos en la página www.exceltur.org.)



JAFIC

Caravaca de la Cruz recibió a casi un millón y medio de turistas y peregrinos durante su año santo 2010

Caravaca de la Cruz recibió en el 2010 cerca de 1.500.000 turistas y peregrinos que han pasado por la ciudad durante los últimos doce meses, un 35% superior con respecto al Año Santo de 2003.

Durante 2010 los servicios municipales de Turismo atendieron a un total de 133.246 personas, de las cuales un 30% procedía de la Región de Murcia, un 65% de otras comunidades



españolas y un 5% de países extranjeros. Además, Turismo ha coordinado la visita de 1.625 grupos, integrados por 139.703 personas. Los museos que

gestiona Caravaca Jubilar registraron la entrada de 184.721 personas, lo que supone un incremento de un 10,3% con respecto a 2003. ●