



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

## **RESUMEN ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS**

### **PATRONATO DE TURISMO MÁLAGA – COSTA DEL SOL** **MARZO – ABRIL 2013**

- ⇒ **1 de marzo – Presentación de Destino TUI.** Siguiendo la línea estratégica de máxima colaboración con nuestros socios y cumpliendo con nuestra misión de ofrecer un servicio de calidad a nuestras agencias receptoras, el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol ofrece la posibilidad de una presentación del destino y atención personalizada a las acciones inversas organizadas por sus touroperadores representados. Como en otras ocasiones, TUI ha solicitado al Patronato de Turismo colaboración realizando en nuestra sede una presentación genérica del destino. En este caso se ha tratado de un grupo de 22 agentes de viajes alemanes invitados por TUI Alemania y con un programa coordinado por TUI España. El perfil de los participantes es el de empleados de agencias de viajes minoristas procedentes de toda Alemania. También han estado presentes algunos directores de agencias. La estancia de los agentes de viaje ha sido de 5 días y la mayor parte del programa ha tenido lugar en la provincia de Málaga. El programa ha incluido visitas a hoteles, excursiones, compras, asistencia a un espectáculo flamenco, así como almuerzos y cenas en lugares emblemáticos. Hemos podido establecer una relación con vendedores de nuestro destino con el fin de ampliar nuestro conocimiento de las tendencias del mercado. Comercializan todo tipo de productos: sol y playa, golf, familias, turismo para mayores, etc. Han quedado gratamente sorprendidos con Málaga ciudad, su riqueza histórica y su creciente oferta cultural, gastronómica y de compras. La mayor parte de ellos no conocía la provincia de Málaga ni Andalucía y nos han insistido en que no hay mejor manera para vender un destino que descubrirlo a través de la experiencia personal. Su percepción y venta de ahora en adelante serán muy distintas.
- ⇒ **6 al 10 de marzo – ITB (Berlín).** El Patronato Provincial de Turismo Málaga – Costa del Sol ha participado en la feria ITB, considerada una de las tres ferias más importantes del mundo junto a la WTM y FITUR. Como en años anteriores, la Costa del Sol estuvo integrada en el stand de Turismo y Deporte de Andalucía, donde estuvimos acompañados por empresas y municipios de la provincia. Durante la feria se mantuvieron una serie de entrevistas con diferentes touroperadores y líneas aéreas así como con representantes del sector turístico alemán al objeto de conocer las perspectivas de este importante mercado para la Costa del Sol. El propósito de la asistencia a esta feria fue el de confirmar los síntomas de mejoría que se siguen detectando para nuestro destino con respecto al que es el tercer mercado emisor de visitantes más importante para nuestra provincia y el segundo extranjero tras el británico. Como en años anteriores, además de disponer de 4 mostradores había a nuestra disposición una mesa de trabajo ofrecida a los diferentes Patronatos por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía dentro de la zona de paso delante del escenario. Entre los actos programados



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

destacaremos: **Presentación Estrategia de Segmentación**. El evento “Strategy Summit en la ITB” contó con la asistencia de 10 expertos, representando 7 de los 8 segmentos que promocionamos. Este evento resultó ser de interés para los medios locales, además de reconocer la labor de estos líderes del sector turístico alemán y es una fórmula que se podría trasladar a la WTM de este año. **Acto “Cierre de Acuerdo de FVW”**. Este acto protocolario contó con la presencia de la secretaria de Estado, el director de la OET de Berlín, el director de FVW y el presidente del Patronato de Turismo y consiguió la cobertura prevista en los medios locales. **Informe Acuerdo FVW, seminario 11-15 de septiembre de 2013**. Reunión técnica mantenida con el director de la OET de Berlín, el presidente de FVW y el director general del Patronato de Turismo a fin de ultimar detalles sobre este seminario.

- ⇒ **8 de marzo – Presentación Estudiantes IES María Zambrano**. El día 8 de marzo el Patronato de Turismo Málaga-Costa del Sol ha realizado en su sede una presentación sobre el destino y nuestra entidad a 40 estudiantes que cursan el grado Superior de Información y Comercialización Turística del Instituto de Educación Secundaria María Zambrano, Torre del Mar. El grupo tenía gran interés en visitar el Patronato de Turismo Málaga-Costa del Sol para conocer sus instalaciones, quiénes somos, a qué nos dedicamos, nuestro funcionamiento, así como que se les hiciera una presentación técnica del destino. A tal fin, se les realizó una presentación acerca del Patronato, su historia, nuestra estructura, segmentos y mercados que promovemos, acciones comerciales que llevamos a cabo, etc., seguida de una presentación de la provincia y su oferta turística, finalizando con la proyección del video promocional de destino. La presentación les pareció muy interesante ya que desconocían nuestro funcionamiento. Se marcharon con la máxima información posible del destino y producto Costa del Sol.
- ⇒ **11 al 14 de marzo – Seatrade (Miami)**. El Patronato de Turismo Málaga - Costa del Sol acudió un año más al Seatrade de Miami (Cruise Shipping Miami) junto con Málagaport y el Ayuntamiento de Málaga en una acción de promoción conjunta de las tres administraciones. Turismo Andaluz también participó en este encuentro a través de SunCruise Andalucía. Esta feria es la cita más importante a nivel mundial del segmento cruceros. Acudimos a la misma con el fin de promocionar la oferta turística de Málaga y la Costa del Sol en el segmento de cruceros y mejorar nuestro posicionamiento como destino de cruceros en el Mediterráneo. Esta acción es vital para mantener la reputación del destino dentro del mundo de cruceros. Aunque sí que es verdad que no es una feria muy activa a nivel de citas, ya que son alrededor de 25 navieras las que deben reunirse con puertos de todas partes del mundo durante el transcurso de esta acción. Por lo que hay que considerar que el nivel de citas es bastante alto. Es por eso que da la sensación de una agenda no muy llena, pero lo importante es el contenido y la calidad de cada cita. Gracias al seguimiento realizado en conjunto de las tres instituciones, las navieras confían en que hacemos todo lo posible porque no les falte de nada. En cada reunión se aprende



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

cada vez más sobre las necesidades de cada cliente, que suelen cambiar al igual que cambian sus itinerarios. Pero sí es importante que se puede ir perfilando a cada cliente (naviera) para poder hacerles llegar todo tipo de información que, finalmente haga que confíen en nuestro destino, como el ideal para sus buques y sus propios clientes. En este sentido, suelen solicitar información sobre conexiones con el resto del mundo, principalmente con EE. UU., Reino Unido y resto e Europa. También les interesa saber el origen de los residentes extranjeros en la Costa del Sol, a los que ven como potenciales clientes.

- ⇒ **12 al 13 de marzo – Misiones Comerciales Andalucía en Madrid.** Organizadas por el Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, participamos en estas jornadas cuyo formato consiste en un workshop de dos horas de duración, seguido por una presentación del destino Andalucía y cena con espectáculo. Se realizaron 2 presentaciones, una en el hotel NH Parque Avenidas y otra en el hotel Husa Princesa, con el fin de acercar Andalucía al mayor número de empresas de Madrid. La respuesta de convocatoria por parte de nuestros asociados fue masiva y aunque solo han podido participar nueve empresas por cada provincia, podemos decir, que se han alcanzado los principales objetivos asegurando la mejor presencia del Patronato de Turismo en la Misión Comercial. La participación total de agentes de viajes fue de 128 empresas, lo que nos permitió fortalecer las relaciones existentes al tiempo que realizamos nuevos contactos, conociendo de primera mano las necesidades de nuestros clientes a los que dimos a conocer nuestros productos. El principal destino de los viajeros madrileños fue la propia comunidad con más de 1,18 millones de viajeros (12,54%), seguida de Barcelona, con 637.878, Las Palmas con 507.990 y Alicante con 503.709, todas ellas con una cuota superior al 5%, seguidas de Santa Cruz de Tenerife, Valencia, Islas Baleares y Málaga con 313.385 viajeros y una cuota del 3,31%, lo que la sitúa en octava posición entre las principales provincias receptoras de los viajeros procedentes de la Comunidad de Madrid. Teniendo en cuenta los datos estadísticos (el 94 % de la población viajera de Madrid realiza viajes dentro de España) no debemos desaprovechar este tipo de acciones que nos dan la oportunidad, con un coste mínimo, de acercar y promocionar el destino Málaga-Costa del Sol a los profesionales del turismo, quienes, aún conociendo muy bien el destino están ávidos de nuevas y atractivas propuestas que ofrecer a sus clientes, ya que, debido a la crisis del sector, es un elemento diferenciador de las agencias.
- ⇒ **15 al 17 de marzo – Fam Trip Asociaciones Internacionales de Bélgica.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol junto con la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía colaboraron en un fam trip de asociaciones internacionales con sede en Bélgica organizado por el Convention Bureau de Málaga en colaboración con la OET de Bruselas. Durante el fin de semana recibimos en Málaga a 6 representantes de diferentes asociaciones que vinieron acompañados por un técnico de la OET de Bruselas. Los objetivos marcados para esta visita fue dar a conocer el cambio que ha



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

experimentado Málaga y su nueva oferta hotelera, congresística y de espacios para eventos, aún desconocida para parte de las asociaciones internacionales que han estado presentes. Atendiendo al perfil de los participantes, sus necesidades e intereses, se les ha diseñado y organizado un programa personalizado que ha incluido la visita a diversos hoteles con salas de reuniones, el Palacio de Congresos de Málaga, Museo del Automóvil de Málaga, Muelle Uno, así como una amplia selección de espacios con encanto para la organización de eventos, etc. Muy buena calidad de participantes que han demostrado mucho interés por el destino Málaga, han quedado gratamente impresionados por el cambio que la ciudad ha experimentado. Los aspectos que más han valorado han sido las buenas conexiones aéreas con Bélgica, la nueva terminal T-3, la calidad y variedad de la infraestructura hotelera y de espacios para eventos, nuestra gastronomía, la hospitalidad, etc. Nos consideran un destino altamente interesante para sus congresos y reuniones.

⇒ **15 al 17 de marzo – Madrid Golf (Madrid).** Se trata de la feria más importante del sector a nivel nacional que este año, con el cambio de fecha de su celebración (en marzo en vez de noviembre), se propone un mayor impulso al sector del turismo, dando el pistoletazo de salida de la temporada turística: Semana Santa, puente de mayo, verano, etc. Representa el inicio de la temporada alta de golf y el golfista podría estar más receptivo para recibir información y comprar productos de golf. Entre los principales objetivos marcados se encontraba asegurar la óptima presencia del destino Málaga-Costa del Sol, Costa del Golf en la feria, coordinando con Turismo Andaluz y utilizando todas las herramientas disponibles: imágenes, logo y nueva marca de Golf así como analizar la oferta de los principales touroperadores nacionales con el fin de identificar nuevas oportunidades de negocio, además de recopilar información sobre el estado actual del mercado y previsiones cara a las temporadas de verano '13 e invierno 13/14 y plantear acciones de visitas de prensa y posibles acuerdos/acciones promocionales en línea con el Plan de Acción de Golf. La feria Madrid Golf 2013, ha contado este año con 250 expositores siendo visitada por más de 16.000 personas durante los tres días de duración de la misma. El viernes, día de inicio de feria, está dedicado exclusivamente a profesionales contando con la presencia de un total de 3.000, por lo que se puede decir que esta feria año tras año se ha ido consolidando. Es un punto de encuentro tanto a nivel nacional como internacional y en el transcurso de la jornada dedicada a profesionales, tienen lugar diferentes conferencias que reúnen a empresas y touroperadores a fin de analizar diferentes aspectos de la industria golfística.

⇒ **15 al 17 de marzo – Sevatur (San Sebastián).** Salón Internacional de la Evasión y el Turismo de San Sebastián, que en esta edición se ha desarrollado bajo el lema "*¿Tienes plan? Llega Sevatur*". El espacio en el que hemos desarrollado nuestra acción promocional nos fue cedido por Turismo Andaluz, dentro de su stand, donde tuvimos la posibilidad de dar acogida a nuestros socios y a toda la oferta turística de nuestra provincia. Al tratarse de una feria multisegmento hemos tenido la oportunidad de ofrecer



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

al público asistente a la misma una información lo más completa posible de los diferentes segmentos que constituyen nuestro destino. Hay que destacar que el público asistente muestra un gran interés por conocer no sólo generalidades de nuestra provincia sino detalles específicos de cada uno de nuestros segmentos turísticos y zonas geográficas. Se observa un público con ganas de viajar y conocer, con una actitud bastante culta y un buen conocimiento en general, que quiere y demanda sólo la información que le interesa. Pide una información muy detallada del destino y/o segmento que le puede ser útil para sus escapadas vacacionales en función de su situación e intereses. Aunque tiene un pequeño coste la entrada, la afluencia de visitantes ha sido muy importante, con una cifra total de visitantes de la feria de unos 18.000 personas, entre un cinco y un diez por ciento más que la anterior edición, según los días. Además ha tenido una importante repercusión en los medios de comunicación, tres televisiones (TVE, TeleDonosti y ETB), 7 emisoras de radio, una revista y una agencia de noticias, además, de los periódicos locales como el Diario Vasco en la que hace alusión al destino Málaga. Consideramos que nuestra participación es muy importante especialmente en un mercado emisor como el donostiarra con un buen nivel económico y propicio a tener su experiencia vacacional en un destino como Málaga. A pesar de que ellos mismos, el público, reconoce que están muy afectados por la crisis económica. Con la crisis, los guipuzcoanos tratan de hilar más fino, buscan destinos económicos.

⇒ **19 de marzo – Workshop Dolce Vita VIP & MICE (Moscú).** El Patronato de Turismo de Málaga – Costa del Sol participó en esta jornada profesional que se desarrolló en el Hotel National, en horario de 13.00 a 18.30 horas, enfocada a las principales agencias de viajes de la capital rusa posicionadas en los segmentos de Lujo y MICE. En cuanto a la participación por parte de las agencias locales, esta jornada ha contado con un total de unos 70 agentes de viaje. Tuvimos la oportunidad de tener frente a nosotros a más de 50 de agentes rusos. Después de participar en el Workshops el año pasado y al haber asistido en varias ocasiones en la MITT de Moscú, entendemos que debemos seguir trabajando con este mercado dado su alto potencial. Además existe un gran interés por parte de nuestros socios en este mercado. Esta acción nos brindó la oportunidad poder hablar con todos los agentes rusos y, además de vender nuestro destino, poder averiguar cómo está la situación del mercado para que tengamos más claves de cómo introducirnos en el mismo. Se ha participado en este workshop como acción refuerzo promocional hacia los segmentos MICE y Élite en un mercado emisor con especial interés para la provincia y el empresariado asociado. Se ha presentado la oferta y analizado la situación del sector con más de una veintena de agencias participantes. Se ha logrado una base de datos recibida desde la organización de 70 agencias de viaje especializadas en los segmentos de MICE y Élite. Se ha realizado inteligencia de mercado, habiendo establecido contacto con la representante de RM en San Petersburgo de cara a la acción Puerta a Puerta en esta ciudad en el mes de septiembre (recomendando no más de 2 días).



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

- ⇒ **20 al 23 de marzo – MITT (Moscú).** MITT es la feria turística más importante del país y de su ámbito de influencia, encuentro profesional que este año ha celebrado su veinte edición. Representa el punto de encuentro de mayor relevancia del sector turístico en el mercado ruso, contando con más de 1.750 touroperadores y agencias líderes en el sector, 157 destinos turísticos representados, y una previsión de 90.000 visitantes. Debido al constante incremento y potencial que muestra el mercado ruso, la MITT es una feria referente de la industria turística a nivel europeo, por lo que es una cita obligada para este destino, y así lo han indicado los participantes de la mesa de trabajo del segmento Vacacional y Ocio. El mercado turístico emisor ruso ha experimentado en los últimos años una importante consolidación, siendo en la actualidad uno de los mercados que más crece de Europa. Málaga-Costa del Sol no ha sido ajeno a este crecimiento. El Patronato de Turismo de Málaga – Costa del Sol ha contado con un mostrador y mesas de trabajo a disposición de la docena de empresas que han participado en esta edición, dentro del espacio habilitado por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, el cual se ha localizado en el stand de Turespaña. El destino Málaga-Costa del Sol está sufriendo un estancamiento (a excepción de la operativa con Natalie Tours con un aumento programado del 25% para el año 2013, 120.000 personas, en comparación al 2012) por parte de los principales actores de la touroperación rusa, debido a varios motivos como el escaso éxito de la última apuesta de la touroperación rusa durante la temporada de 2011 a Málaga-Costa del Sol; precios menos competitivos durante el verano en comparación a otros destinos mediterráneos de corto radio; escasa popularidad y sensación de clima más frío entre el consumidor final en comparación a otros destinos como Cataluña, Alicante, Baleares o Canarias, en especial a las islas en temporada de invierno.
- ⇒ **24 al 27 de marzo – Visita de Inspección Valesa Cultural Services.** Valesa Cultural Services es miembro de Virtuoso y trabaja especialmente con el mercado americano, tanto para turismo de élite como cultural y familiar. Se trata de un buen contacto a la hora de trabajar con Virtuoso, dada su larga experiencia en el mercado americano. Son de los primeros miembros de Virtuoso, desde hace ya 23 años. Es por ello que se les preparó un programa de visitas que incluyó Marbella, Málaga, Ronda y Antequera. Visitaron diversos hoteles, monumentos y museos, una bodega en Ronda, una dehesa donde se cría el toro bravo, restaurantes singulares para su perfil de clientes, etc. Los objetivos marcados con esta visita no fueron otros que mostrar las novedades del destino, enfocando el programa en turismo cultural, élite y familiar. El grupo estuvo encabezado por Marcy que es norteamericana y lleva 30 años viviendo en España. Valesa Cultural Services se creó en 1968; ella trabaja en la agencia desde 1981 y hoy en día es copropietaria. Venden España, Portugal y Marruecos. El 95% de sus clientes procede de EE. UU., el 5% restante de Canadá y Sudamérica. Organizan viajes a medida para individuales y grupitos de hasta 30 personas. Viajes en familia, viajes de lujo (trabajan mucho con Marbella Club y Barceló La Bobadilla; en Málaga usan Gallery Molina Lario pero reclaman



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

un 5 estrellas GL para la ciudad), grupos de interés especial (cultura, arte, gastronomía), etc. Está muy interesada en ir introduciéndose en el segmento de reuniones y eventos. Ha sido una visita muy interesante, es una buena profesional que conoce bien el destino y ha mostrado mucho interés por conocer la oferta de turismo de interior, nuevos museos, bodegas y espacios naturales como la dehesa. Ha repetido varias veces que para sus clientes norteamericanos es primordial que el personal que los atienda tenga un muy buen dominio del inglés.

- ⇒ **25 al 27 de marzo – Puerta a Puerta Rusia I (Moscú).** Por vez primera, el Convention Bureau ha llevado a cabo la primera acción Puerta a Puerta dedicada al segmento MICE en el mercado ruso. En el transcurso de esta acción de marzo se realizaron un total de 13 visitas profesionales a agencias especializadas en la captación de incentivos, congresos, conferencias, presentaciones y eventos, de carácter internacional, que tienen origen en las principales compañías en Rusia. Como principal objetivo, se pretende captar el máximo retorno posible estableciendo distintos encuentros con esta docena de agencias visitadas que han compuesto la agenda de visitas como primer contacto con el mercado ruso. Para este nuevo contacto con el mercado ruso (un mercado muy basado en las relaciones personales) se ha contado con la colaboración de RM Consultants, una agencia especializada en consultoría, relaciones públicas y marketing turístico y organizadores de workshops profesionales vinculados con los segmentos VIP y MICE, contando con sedes en París y Moscú. Otro de los objetivos determinados fue el comenzar a realizar presentaciones técnicas muy formativas en las agencias de Rusia llevando un equipo de trabajo formado por cuatro personas con el formato de una presentación por participante con una duración total de aproximadamente 30 minutos por cita, en la cual se presentaban los distintos productos y servicios con el fin de educar y mostrar las oportunidades disponibles en un destino potencial, cercano y con oferta de primer nivel en términos de MICE, FIT y VIPs como es Málaga-Costa del Sol. El mercado ruso es emergente con verdaderas oportunidades en torno a los segmentos MICE y VIP's e individuales, con buenas oportunidades de negocio y agencias MICE fuertes que trabajan a nivel internacional. En términos de MICE e individuales, los principales destinos competidores son Turquía (destino exento a la hora de conseguir visados y precios competitivos) y las principales capitales europeas así como Asia en términos de VIP's. En España se centran en Madrid y Barcelona debido a los espectáculos deportivos en combinación con la oferta cultural, compras y gastronómica. Existe potencial debido a que el destino Costa del Sol representa un potencial por descubrir.
- ⇒ **6 al 7 de abril – Fam Trip Comarca Sierra de las Nieves.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, a petición del GDR Sierra de las Nieves la colaboración de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo Andaluz y la mayorista Rural Andalus, organizó un fam trip, en el que atendimos a un grupo de 12 personas, agentes de viajes y periodistas de la provincia de Málaga, dedicado fundamentalmente a la comercialización del turismo



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

interior. A tal fin, realizamos una convocatoria de los distintos agentes de viajes y periodistas y facilitamos asesoramiento para la organización de un programa de visitas complementadas con actividades que ponían de manifiesto la variedad de oferta tanto gastronómicas como de salud, turismo activo, turismo verde, agroturismo, etc., etc. El programa se cumplió tal como estaba previsto inicialmente. Los componentes del grupo quedaron muy satisfechos e impresionados por los valores y potencialidades turísticas de la comarca que pudieron experimentar en los dos días en que se desarrolló la actividad promocional. La comarca de la Sierra de las Nieves tanto en los aspectos paisajísticos, gastronómicos, de salud, etc. como de instalaciones y propuestas de turismo activo y de carácter verde, en contacto con una exuberante naturaleza, es una de las zonas más importantes de nuestra provincia. Se valora como extraordinariamente positivo para la promoción de la comarca Sierra de las Nieves la realización de una acción promocional como esta, que se puede considerar como modelo a imitar para otras comarcas de nuestra provincia. Los agentes turísticos además de conocer pueden vivir experiencias que con seguridad van a contribuir a que puedan aconsejar y vender a sus clientes el potencial de que hace gala la Sierra de las Nieves.

- ⇒ **8 al 10 de abril – Puerta a Puerta MICE (Madrid).** Promoción dirigida a agentes de viajes y corporates de Madrid. Las reuniones y presentaciones mantenidas han sido positivas tanto para el Patronato de Turismo como para los socios que nos han acompañado en esta ocasión, con posibilidades de conseguir negocio para el destino. Las empresas visitadas fueron: Feu Vert, Events & Co., Box de Ideas, AUTELSI (Asociación Española de Usuarios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información), ABB (Asea Brown Boveri), Alcatel Lucent, Sorensen, SEPA (Sociedad Española de Periodoncia), Quum, Foster Wheeler Iberia y Velesa Cultural. El balance ha sido muy positivo por la calidad de los contactos realizados y el interés que han demostrado por conocer las últimas novedades, nuevos proyectos y mejoras en la ciudad de Málaga, nuevas localizaciones para la organización de eventos, oferta complementaria, nuevas actividades. El número de eventos corporativos se ha visto reducido en número y duración debido a las actuales circunstancias económicas; aunque bien es cierto que algunas grandes empresas nos han informado de que la reducción de los viajes y el gasto, en su caso, se debe a una política de discreción para no dañar la imagen de la empresa, ya que afortunadamente no tienen problemas económicos. La mayoría de los eventos y reuniones tienen lugar en Madrid o a través de video conferencia. El mercado nacional se mantiene como uno de los principales generadores de negocio para Málaga-Costa del Sol, por lo que es muy importante continuar visitando periódicamente ciudades como Madrid y Barcelona donde se concentra el grueso de corporates y agencias importantes y con mayor volumen de negocio.
- ⇒ **8 al 11 de abril – Misiones Comerciales Andalucía en el Norte de España (Pamplona, Burgos, Vitoria y Bilbao).** Jornadas organizadas por la Empresa Pública para la Gestión del





# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

Turismo de Andalucía en el Norte de España. Esta acción tiene formato de workshop de dos horas de duración, seguido por una presentación del destino Andalucía, para finalizar con una cena con los agentes participantes. Nuestros objetivos al participar en estas jornadas no fue otro que establecer nuevos contactos e investigar las oportunidades que existen para la promoción y comercialización del destino por segmento y producto, incluyendo un seguimiento posterior del evento vía e-mail, así como aprovechar la ocasión para investigar y valorar el comportamiento de este mercado con respecto a la reserva de paquetes y alojamiento en Málaga-Costa del Sol, cara a la temporada de verano, así como valorar nuestro entorno competitivo. La participación de agentes de viajes fue aceptable, en Pamplona se participaron 44 agentes de viajes de los 126 convocados; en Burgo se invitó a 75 empresas y confirmaron 60; en Victoria participaron 60 de los 64 invitados y, por último, en Bilbao contamos con la asistencia de 85 agentes de viajes de los 232 convocados. Una vez finalizada la acción comentando con nuestros empresarios y oír su opinión con respecto a las mismas, manifestaron su satisfacción de participación en el evento de referencia. Como preveíamos, las fechas en que se ha realizado la acción han sido muy buenas, ya que estamos en época de ventas de la temporada de verano y en estos momentos se está notando movimiento de reservas.

⇒ **9 al 11 de abril – Puerta a Puerta MICE Reino Unido (Londres, Essex, Berkshire, Middlesex, Bucks y Surrey).** Esta acción promocional consistió en la visita y presentación del destino a 10 casas de incentivo y agencias organizadoras de eventos. Las visitas tuvieron formato de cursos de formación a empleados y directivos con poder para la toma de decisiones. Se trata de un formato muy efectivo, ya que las presentaciones sirven de recordatorio a los empleados que ya conocen la Costa del Sol, a la vez que se contacta y forma a personal de nueva incorporación. Nuestros objetivos, entre otros, fueron reposicionar la marca Málaga-Costa del Sol en el mercado británico, presentar las novedades del destino a nuevos contactos, así como fortalecer las relaciones con antiguos clientes y seguir impulsando, a través de una promoción muy intensa y tremendamente personalizada, la imagen del destino y sus posibilidades no sólo en las principales casas de incentivo del país sino también ir alcanzando paulatinamente a nuevas agencias que van naciendo para que se mantengan los flujos y se incrementen el número de turistas de reuniones en Málaga-Costa del Sol. Las empresas visitadas fueron: The Garfit Group, CCD Global Events, Eventcode, Events Matter, Pure Events, Crative Travel & Event Management, BCD Meetings & Incentives, Line Up Communications, Fischer Moy International, y Donaldson Davis Ltd. Los clientes tienen un gran optimismo y buscan nuevas salidas cara a sus clientes. Buenas previsiones para 2013. Disminuyen los incentivos, siendo ahora de menor presupuesto y con menor número de días, en beneficio de las reuniones, convenciones y presentaciones de producto, que se incrementan. Los sectores que generan más negocio siguen siendo el sector financiero, seguros, automoción, tecnológico y farmacéutico. Los destinos españoles más solicitados son Barcelona, Madrid y Costa del Sol. Los clientes contactados han resaltado la



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

importancia de los nuevos valores y creatividad del destino, que se estaba dejando un poco de lado porque estaba muy explotado. Todas las agencias visitadas tomaron nota de nuestra presentación y comentan que nos tendrán en cuenta para futuras cotizaciones.

- ⇒ **10 al 11 de abril – Feria Virtual (EE. UU. y Canadá).** 3ª Edición de la Feria Virtual en EE. UU. y Canadá organizada por las Oficinas Españolas de Turismo de Nueva York y Chicago entre los días 10 y 11 de abril. Esta feria ya se puso en marcha hace 2 años sin haber obtenido muy buenos resultados de momento. Innovar en un mercado tan tradicional como el americano y canadiense lleva su tiempo y los resultados no se ven inmediatamente. En cualquier caso el formato es interesante. Esta dirigida a profesionales y consumidores de EE. UU. y Canadá interesados en el destino España. Como principal novedad, este año Turespaña asumía los gastos por lo que los expositores no tenían que pagar en metálico por el stand, sino en especie, con aportación de billetes de avión, noches de hotel, visitas guiadas, cenas en restaurantes o cualquier otro servicio que pudiera servir de incentivo para el registro tanto de profesionales como de consumidores finales. Nuestro objetivo al participar en dicha feria fue, por una parte, el ofrecer información relevante sobre nuestro destino a los participantes en la misma y, por otro lado, poder contactar con agencias u otras empresas de estos mercados que quieren generar negocio hacia nuestro destino bien enviando turistas, bien organizando congresos, reuniones o viajes de incentivos. Se ha trabajado sobre el posicionamiento e imagen del destino por parte de los participantes con capacidad de creación de negocio satisfactoriamente. Se ha puesto en valor una amplia variedad de productos de calidad basados en aquellos segmentos con verdadero potencial en el mercado objetivo como han sido el cultural, gastronómico, y el ocio, además de incentivar otros segmentos alternativos como el shopping. El número de visitas totales ha sido de 9.500, visitas durante el evento: 5.100 (11% crecimiento respecto a la feria de 2011). Como conclusión indicar que la participación en esta feria virtual no ha sido muy fructífera, puesto que apenas se han establecido contactos con los profesionales de los mercados a los que iba dirigida la misma. 176 visitas entre agencias y público general, no obstante haremos seguimiento con las agencias interesadas.
- ⇒ **11 al 12 de abril – Puerta a Puerta Málaga CON (Madrid).** Acción realizada conjuntamente con el Convention Bureau de Málaga que está enmarcada dentro del Plan de Acción del proyecto común de ambos organismos, “Málaga CON: Congresos Contigo”, dirigido al mercado asociativo nacional. El objetivo prioritario de esta acción es posicionar la ciudad de Málaga como destino de reuniones presentando todas las infraestructuras y novedades del destino. Se han visitado algunas asociaciones y OPC’s con los que ya teníamos una relación previa y se les ha refrescado información del destino y también hemos realizado contactos nuevos con los que esperamos podamos trabajar en un futuro. El resultado de las visitas realizadas ha sido muy positivo. Se han reforzado las relaciones con sociedades con las que ya teníamos un contacto previo ya que estamos pendientes



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

de que nos confirmen la celebración de sus congresos en Málaga. También se han visitado sociedades por primera vez y con algunas de ellas tenemos posibilidades de presentar la candidatura de Málaga. Es muy importante la continuidad de estas visitas en el mercado asociativo y realizar un seguimiento constante.

- ⇒ **11 al 15 de abril – Jornadas Profesionales Costa del Sol en Marruecos (Rabat, Casablanca y Tánger).** Dando cumplimiento a nuestro Plan de Acción 2013 hemos llevado a cabo unas Jornadas Profesionales en Marruecos, concretamente en las ciudades de Rabat, Casablanca y Tánger. En esta ocasión hemos contado con la colaboración de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía con la participación económica del 50% del coste de la acción. La promoción ha sido organizada por el propio Patronato de Turismo (sin contar con la ayuda externa de un DMC como se venía haciendo hasta ahora) y se han efectuado algunos cambios en la organización de la misma, provocando un importante ahorro en los gastos. La promoción ha tenido muy buenos resultados, habiéndose ya confirmado varios grupos para este año, derivando en un importante beneficio para las empresas participantes en esta acción. La participación ha sido buena, basada en la calidad y no en la cantidad de compradores asistentes (una media de 50 agentes por cada una de las ciudades). El mercado marroquí aumentará este año cerca del 21%, un mercado en auge y con mayor poder de gasto. Casablanca, Rabat y Tánger son los mercados emisores por excelencia, pero se detecta un gran interés en la zona de Fez (mercado con alto poder adquisitivo). Las reservas se producen a muy última hora y están muy marcadas por el Ramadán. La Costa del Sol goza de una buena imagen en Marruecos dentro de la marca Andalucía. Al previsible aumento con respecto al año anterior hay que apuntar otros efectos que pueden ser positivos como son las reservas de última hora, y el incremento de viajeros de la clase media-superior. En cuanto al negocio con la Costa del Sol, el mayor movimiento proviene de pequeñas agencias con volumen de negocio para nuestro destino y visitantes de un nivel más alto de categoría de hoteles. La marca Andalucía está muy vinculada a la cultura y en este sentido las motivaciones de estos visitantes son sobre todo cultura, gastronomía, compras, turismo de familia, eventos deportivos (principalmente fútbol), golf (torneos de golf) y viajes de novios.
- ⇒ **12 al 14 de abril – Fam Trip Agentes de Viajes Cantón.** El Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol colaboró en la visita de familiarización de un grupo de agentes de viajes de Hong Kong seleccionados por la OET de Cantón y del sur de China. La visita tiene la finalidad de promover España como destino artístico, arquitectónico, monumental y de ciudades patrimonio. Durante todo el programa se contó con la colaboración de Turismo Andaluz, Ayuntamiento de Málaga, Hoteles Barceló, Hotel Silken, Bodega El Pimpi y por empresas asociadas al Patronato de Turismo de la Costa del Sol con experiencia en este mercado. El programa realizado incluyó visitas con a lugares con valor arquitectónico importante de la ciudad. Este viaje tiene una intención arquitectónica y de planificación urbana, el itinerario se realizó más allá de los lugares típicos hacia cualquier cosa,



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

elemento, edificio, barrio nuevo o antiguo de valor arquitectónico. El Puerto de Málaga, los exteriores del Museo Picasso, Teatro Echegaray, la sede de la Gerencia Municipal de Urbanismo, fueron algunos de los lugares visitados. Entre nuestros objetivos figuraban el Abrir nuevos mercados, abrir nuevas vías de negocio, cambio de percepción en la marca, mejora de la imagen, romper la estacionalidad, asociar la marca a un destino cultural. En esta ocasión hemos querido dar a conocer nuevos lugares interesantes que puedan mostrar a sus clientes (grupos de estudiantes y profesores de arquitectura, agentes inmobiliarios, autoridades y funcionarios de urbanismo, delegaciones oficiales, y toda la gama financiera), los cuales viajan mucho en la actualidad. Los participantes nos han trasladado su grata sorpresa y confianza en convertir el potencial de venta de la oferta disponible en Málaga-Costa del Sol en origen y el retorno del mismo en el corto-medio plazo.

- ⇒ **12 al 16 de abril – Fam Trip ITAA-OET Dublín.** La OET de Dublín solicitó la colaboración al Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol para la organización de este fam trip, petición que se canalizó a través de Turismo Andaluz y que cuenta a su vez con la colaboración de ITAA, Asociación de Agentes de Viaje de Irlanda. La selección de los agentes de viaje la realizó ITAA en colaboración con los directivos de agencias de viaje provinciales. Entre los objetivos marcados con esta visita figuraban: difusión de la imagen de Málaga-Costa del Sol entre los profesionales de viaje del mercado irlandés, uno de los más importantes y fieles, estrechar la relación entre Málaga-Costa del Sol e ITAA, así como colaborar con la OET de Dublín, hacer hincapié en la oferta complementaria, insistiendo en las cualidades del destino tanto en verano como en invierno contribuyendo así a la desestacionalización y mostrar a los socios que representan la oferta de ocio que estamos siendo pro-activos en la promoción de esta faceta tan importante para nuestro destino. Se les organizó un amplio programa enfocado al segmento de turismo familiar que ha incluido la visita a municipios como Torremolinos, Estepona, Benalmádena, Benahavís, Nerja, Marbella, Mijas, Málaga y Fuengirola, haciendo especial hincapié en la oferta de ocio y parques temáticos: Selwo Marina, Telecabina, Cocodrilo Park, Bioparc Fuengirola, Escuela de Arte Ecuéstrea Costa del Sol, Cuevas de Nerja, etc. El 15 de abril un técnico del Patronato de Turismo les realizó una presentación de destino enfocada en el segmento de turismo de ocio y familiar. También se les acompañó durante uno de los almuerzos. Salvo uno de ellos, ninguno conocía el destino. Han demostrado mucho interés, los aspectos que más han valorado han sido las buenas conexiones aéreas con Irlanda, la nueva terminal T-3, así como la variada oferta de ocio y complementaria. Los participantes han sido todos gente joven. Nos comenta la representante de la OET de Dublín que la juventud irlandesa no conoce la Costa del Sol, de ahí la importancia de “formarles” acerca de la oferta de destino.
- ⇒ **12 al 16 de abril – Fam Trip Turkish Airlines Arabia Saudí.** El principal objetivo de esta visita fue estimular la comercialización turística procedente de Arabia Saudí. Como



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

principal formato, se ha obtenido una notable colaboración por parte de las empresas asociadas al Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol con experiencia previa en dichos mercados. Para ello, se circuló a las empresas interesadas las características de esta acción, ofreciendo la oportunidad de estar presente y tener un mayor protagonismo en este tipo de acciones, dado el interés que este mercado genera en la actualidad. De igual modo, se ha coordinado desde este Patronato una sesión profesional con cada una de las empresas colaboradoras en el programa, desarrollándose un workshop durante la mañana del viernes en el Hotel AC Malaga Palacio en Málaga. Esta sesión profesional, de 3 horas de duración entre las 09.00 y las 12.00 horas, reunió a los citados agentes con agencias receptoras y hoteles asociados del destino interesados en presentar y entablar o consolidar su relación comercial con cada una de las agencias presentes. Durante los 3 días de programa se han llevado a cabo visitas de inspección a los hoteles Melia Marbella Banús, Hotel Villa Padierna, Hotel Barceló Malaga, Hotel AC Malaga Palacio y Parador de Ronda. En cuanto a oferta de ocio disponible en destino, el grupo comprobó de primera mano la oferta disponible en Puerto Banús, Marbella, Ronda, visita a la ciudad de Málaga incluyendo Muelle Uno y visita al crucero Norwegian Spirit. Entre nuestros objetivos figuraban: promoción y marketing del destino y sus productos de lujo, shopping, gastronomía, lifestyle y destino para novios, promoción de las rutas musulmanas y de nuestra cultura, potenciar la gastronomía y facilitar la comercialización de la oferta/demanda.

⇒ **15 al 17 de abril – Press Trip Festival Gastronómico.** A través de la responsable de prensa del Kempinski Hotel Bahía, nos llegó la petición de colaboración en un festival gastronómico de la región de la Selva Negra de Alemania en las instalaciones del hotel. El festival contó con la presencia de tres de los más destacados chefs de la región, así como de periodistas gastronómicos de primera línea a nivel nacional, entre los que se encuentran Hola Gastronomía, Sobremesa, etc. El objetivo de este viaje ha sido presentar al mercado alemán la oferta gastronómica de la provincia de Málaga, así como la oferta complementaria de nuestro destino. La gastronomía es uno de los atractivos turísticos que mayor reclamo está teniendo en nuestra provincia. Los turistas le dan cada vez mayor importancia a este segmento, que se ha convertido un elemento esencial para la calidad y competitividad de los destinos turísticos. No hay que olvidar, que según el último análisis de los principales mercados y segmentos emitido el pasado mes de noviembre de 2012, la gastronomía destaca como uno de los aspectos superiores que tiene nuestro destino con respecto al resto de competidores, y es muy valorado principalmente por los turistas que llegan atraídos por la oferta cultural, de golf y de turismo activo. El grupo ha quedado gratamente impresionado con la variedad y la calidad de la oferta turística de Málaga-Costa del Sol, especialmente con nuestra oferta gastronómica la cual han podido conocer de primera mano. En estos días han podido además, disfrutar de un excelente clima. Todos los participantes coincidieron en calificar esta visita como una experiencia única y



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

aseguraron volver pronto para conocer la amplia oferta turística que el destino costasoleño ofrece.

- ⇒ **18 al 22 de abril – Press Trip Sunshine.** Desde la Oficina Española de Turismo en Dublín nos llegó la solicitud de colaboración para atender en Málaga-Costa del Sol a un periodista de la emisora de radio Sunshine. Sunshine es la tercera emisora de radio en Dublín que cuenta con una audiencia de 50.000 personas por semana y el periodista que nos visitó tiene en ella su propia sección de viajes llamada “Travel Talk”, la cual se emite todos los viernes dentro del programa “Here comes the weekend”. El objetivo de la visita de este periodista fue el preparar un programa de 20 minutos sobre Andalucía, aunque se centró sobre todo en nuestro destino. También realizó una conexión en directo desde Málaga de unos 10-15 minutos en el citado programa de radio. Desde el Patronato se ha gestionado dos clases de golf, una en Baviera Golf y la otra en la Escuela de Golf Miguel Ángel Jiménez de Fuengirola inaugurada recientemente. También se le gestionó una Cata de Vino en Patio de Beatas, con la que ha podido conocer de primera mano nuestra oferta enológica. El periodista ha quedado gratamente sorprendido con nuestro destino y con la calidad y variedad en la oferta turística. En estos días han podido disfrutar además de un excelente clima, lo que le ha permitido disfrutar de su visita, la cual la ha calificado como una experiencia única y asegura volver pronto para conocer la amplia oferta turística que el destino costasoleño ofrece.
- ⇒ **19 al 21 de abril – SITC (Barcelona).** En esta vigésimo tercera edición del Salón Internacional del Turismo de Cataluña, que tuvo lugar en el recinto de Montjuïc de Fira de Barcelona, se ofreció a los visitantes una panorámica de los destinos nacionales e internacionales, resaltando las últimas novedades del turismo especializado de la cuenca del Mediterráneo, en aspectos tales como la cultura, la gastronomía, el enoturismo, el turismo sostenible, el deporte, la salud, etc. Contó, como en anteriores ediciones, con una programación especialmente dirigida a promover los contactos profesionales y, en definitiva, el negocio turístico. Se puede considerar que este Salón, el SITC 2013, ha constituido uno de los eventos más interesantes de nuestro país cuyo público objetivo es el consumidor final. Se puede decir que es realmente un punto de encuentro muy consolidado para los aficionados al viaje. El turismo de proximidad y personalizado está cada vez más de moda. En esta edición del Salón, las rutas rurales, gastronómicas y sobre el mundo del vino (ecoturismo) en destinos cercanos han sido algunas de las propuestas más solicitadas por los visitantes para sus próximas vacaciones. También ha crecido el interés por embarcarse en un crucero y viajar a países del Mediterráneo, europeos y asiáticos, entre otros. Cataluña es, tras la propia Andalucía, Madrid y País Vasco, la comunidad que emite mayor número de turistas hacia Málaga-Costa del Sol. A pesar de la difícil situación económica, los catalanes no quieren renunciar a viajar, aunque cada vez más reducen el presupuesto, buscando destinos más próximos y recortando días de duración. En el SITC, los destinos de proximidad, Catalunya y el resto de España, han sido



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

nuevamente los más demandados, especialmente las propuestas especializadas que permiten al viajero vivir nuevas experiencias sin irse muy lejos, como las rutas gastronómicas y de enoturismo, las escapadas de turismo rural, las estancias en campings o las salidas para practicar senderismo o deportes de montaña, entre otras. El rango de edad entre los visitantes ha sido entre 35 y 65 años.

⇒ **22 al 24 de abril – Presentaciones Institucionales Andalucía (Ciudad Real, Cuenca, Albacete y Teruel).** El Patronato de Turismo participó en estas jornadas, organizadas por la Consejería de Turismo y Comercio, dirigidas a profesionales del sector turístico de dichas ciudades y su área de influencia, así como a responsables de medios de comunicación, con el objetivo de generar, fortalecer e incrementar las relaciones comerciales entre estos emisores y el destino andaluz. Estas ciudades son capitales de tamaño medio que cuentan con una demanda potencial de interés para la comunidad andaluza. En 2012 la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha fue un importante destino emisor hacia Andalucía, con 215.000 turistas y 630.000 pernoctaciones siendo Andalucía tras la Comunidad Valenciana, el segundo destino favorito por los manchegos. En cuanto a Aragón, en 2012 supuso 81.000 viajeros y 247.000 pernoctaciones en nuestra comunidad. Esta acción se enmarca en el Plan de Promoción de Andalucía en Primavera, dirigido a reforzar la difusión de la oferta de la comunidad durante esta época en el mercado nacional como principal emisor de viajeros para el destino y que contempla una campaña de comunicación y actuaciones en siete regiones del país. En estas jornadas en las que han participado un centenar de empresarios del sector, el Patronato de Turismo Málaga – Costa del Sol, ha realizado una presentación en la que ha hecho un recorrido por los diferentes segmentos turísticos, así como por los distintos principales atractivos turísticos que tiene la provincia con el objetivo de atraer a los visitantes de estas ciudades que ya cuentan con una demanda potencial de interés para la comunidad andaluza. Es interesante mantener estas acciones para que los agentes de las mencionadas localidades puedan conocer de primera mano las novedades del destino. El contacto directo con ellos fue valorado muy positivamente y aunque todos conocían a la perfección el destino, agradecieron ser informados sobre las novedades del destino pues descubrieron algunos aspectos novedosos de nuestra oferta.

⇒ **22 al 26 de abril – Puerta a Puerta Multisegmento Austria y Suiza (Viena y Zurich).** Acción de venta cruzada realizada en Austria y Suiza, concretamente en las ciudades de Viena y Zurich. Se trata de la primera promoción Puerta a Puerta multisegmento que se lleva a cabo en estos países. Se han elegido ambas ciudades porque cuentan con una población con un alto poder adquisitivo. El objetivo ha sido cambiar la percepción de la marca enfocando esta acción comercial con una orientación cultural, verde, enogastronómica y una importante oferta de compras. Se pretende ir introduciendo otros valores relacionados con la marca además del vacacional y golf, romper la estacionalidad y buscar clientes con mayor capacidad de gasto. Málaga y la Costa del Sol tienen un



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

extraordinario producto de citybreak/shortbreak y múltiples combinaciones vinculadas con la enogastronomía, visitas a museos, estilo de vida, compras, etc. Nuestro objetivo es mejorar nuestro posicionamiento y cambiar la imagen del destino, por lo que es importante realizar una intensa labor de formación y educación de los profesionales del sector, tanto agencias de viajes como touroperadores. Esta acción promocional ha consistido en la visita y presentación del destino Málaga-Costa del Sol y de algunos de sus productos hoteleros a 17 agencias de viajes y touroperadores de Viena y Zurich. Las reuniones y presentaciones han resultado ser en general interesantes, con algunas excepciones. Un buen seguimiento de los contactos nos dará la oportunidad de crear vínculos con los clientes y así captar negocio para el destino en un medio o largo plazo. En general han mostrado interés, valorando el clima, una infraestructura hotelera de primer orden y los nuevos proyectos que se han llevado a cabo en la ciudad de Málaga, junto con una oferta cultural en aumento. Los destinos de interior como Ronda y Antequera han sido también bien valorados, así como el auge del turismo vinícola, la oferta de compras, citybreak, etc. Austria y Suiza atraviesan un buen momento económico. Las visitas en Viena han sido buenas. No obstante, las agencias de viajes y touroperadores austríacos se quejan de que los vuelos entre Málaga y Viena son pocos y caros. Fly Niki (perteneciente al grupo Air Berlin) es la única compañía que ofrece vuelo directo Málaga-Viena y al tener el monopolio ofrece tarifas elevadas que dificultan a los touroperadores ofrecer paquetes turísticos con precios competitivos. Las visitas en Zurich han sido muy flojas. Las minoristas han demostrado poco interés por el destino y los touroperadores visitados están vendiendo poco la Costa del Sol por la mala imagen de masificación, sol y playa y el menor número de vuelos directos (Air Berlin ha suprimido la ruta Málaga-Zurich). Los touroperadores comentan además que en los últimos años España se oye poco por la escasa promoción que se está llevando a cabo.

⇒ **24 al 28 de abril – Fam Trip Agencias de Viajes China.** El Patronato de Turismo de Málaga – Costa del Sol, en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Pekín, Turkish Airlines y Turismo Andaluz, ha recibido a un grupo de agentes de viajes chinos seleccionados por la citada OET. El Patronato trabaja codo a codo con Turkish Airlines para todos estos mercados emergentes. Esta estrategia entra dentro de los planes de expansión de TK que tiene el aeropuerto de Estambul como hub para todo el mercado asiático. Se ha elaborado un programa que ha incluido visitas a la provincia de Málaga, en concreto a Málaga ciudad (organizada por el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga) y Ronda. En Ronda se realizó una visita y una actividad de show cooking en la Bodega Los Frutales-Joaquín Fernández, seguida de una visita guiada al casco antiguo de la ciudad. El mercado chino se mueve por motivaciones culturales, shopping, gastronomía, no buscan la playa ni destinos de sol masificados. Se ha logrado una importante respuesta y colaboración por parte de las empresas asociadas al Patronato, logrando así reducir los costes de dicha acción además de lograr una mayor transparencia en todo lo relativo a gestión y coordinación de la acción. Es un mercado ansioso de viajar





# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

[www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com)

al extranjero. La clase media urbana china, que ahora componen entre 150 y 300 millones de gente acomodada, considera que España y Europa son destinos de compras de artículos de prestigio y de marca que posee un rico, y fotogénico, patrimonio histórico inmaterial y material susceptible de producir el necesario efecto demostrativo al regreso. Por otra parte, las distancias dentro de Europa son muy cortas y es posible ver y hacer fotos en varios países en un solo viaje. El número de los que visitan un solo país aumenta mientras decrecen los que recorren varios países, pero subsiste bastante el producto multi-país. Los rasgos sutiles que componen la imagen de España son muy positivos para el negocio turístico: sentimiento, pasión, amabilidad, gastronomía, libertad de movimientos, variedad oferta en destino...En España el turismo chino se concentra geográficamente en Madrid y alrededores, Andalucía y Barcelona.

⇒ **26 al 27 de abril – Press Trip Ciudades Andaluzas.** Desde la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía, nos solicitaron colaboración para atender en nuestro destino a un grupo de prensa compuesto por 5 periodistas de prensa escrita. El programa, según quedó acordado en el Plan de Marketing 2013, ha sido gestionado al 50% con la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía. El objetivo de este viaje se ha centrado en conocer la oferta turística y cultural de algunas de las principales provincias andaluzas, entre las que se ha encontrado la provincia de Málaga. Para esta visita, nos solicitaron la gestión y elaboración de un programa completo para los dos días de estancia del grupo en nuestra provincia. Para ello el Patronato de Turismo ha diseñado un programa completo que ha incluido una noche de alojamiento en la ciudad de Málaga (noche del 26 de abril), almuerzo en Antequera, así como una visita guiada a este municipio. Además, también se les ha gestionado un almuerzo, una cena y un brunch en la ciudad de Málaga, así como una visita guiada por el casco histórico de la ciudad y los transfers oportunos para los dos días que han empleado en conocer nuestra provincia. El grupo ha tenido la oportunidad de conocer otros destinos andaluces. Han quedado gratamente sorprendidos con nuestra provincia y con la calidad y variedad en la oferta turística en general del destino y especialmente con la oferta cultural. En estos días han podido disfrutar además de un excelente clima, lo que le ha permitido disfrutar de la visita, la cual la han calificado como una experiencia única y aseguran volver pronto para conocer la amplia oferta turística que el destino andaluz y costasoleño ofrece.

#### Confidencialidad y privacidad

La información contenida en el presente informe tiene carácter confidencial. Asimismo los datos de carácter personal que recoge el mismo únicamente pueden ser tratados por el Patronato Provincial de Turismo de Costa del Sol, responsable del fichero donde los mismos se almacenan.

En el supuesto que Ud. divulgare la información referida o utilizare los citados datos de carácter personal, Ud. será el único responsable por la violación de las normas correspondientes debiendo dejar indemne al Patronato Provincial de Turismo de Costa del Sol frente a cualquier reclamación judicial o extrajudicial, ya sea administrativa, civil o penal que el mismo pudiese recibir.