



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

## **RESUMEN ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS**

### **PATRONATO DE TURISMO DE LA COSTA DEL SOL**

**JULIO – AGOSTO 2010**

- ⇒ **3 de julio – Presentación Royal Caribbean.** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol asistió a la presentación que la compañía Royal Caribbean realizó en Málaga con motivo de la llegada a puerto del “Adventure of the Seas”, el mayor barco de cruceros del Mediterráneo, que tras realizar una serie de cruceros cortos esta primavera en Barcelona, se ha desplazado a la ciudad andaluza para emprender su primera gran travesía desde Málaga como puerto base, realizando hasta noviembre próximo rutas de una semana con embarque y desembarque en la capital de la Costa del Sol. En el transcurso del verano, el “Adventures of the Seas” realizó cruceros de siete noches desde Málaga con escalas en Cagliari (Cerdeña), Civitavecchia (Roma), Ajaccio (Córcega) y Palma de Mallorca antes de regresar a la capital costasoleña. Las escapadas, cruceros de cuatro o cinco días, producto exclusivo de Royal Caribbean, es otro de los puntos fuertes del año cuyas salidas, a bordo del “Adventures of the Seas”, tendrán lugar desde Málaga en otoño. Durante el acto, que contó con la participación de representantes de Royal Caribbean en España, pudimos conocer las peculiaridades del buque y el impacto que su llegada tendrá para la ciudad. Royal Caribbean, al objeto de incentivar las ventas en la zona centro de España, lanzó una oferta llamada “Puerto de Atocha” en la que se les regalaba a los turistas el pasaje del tren en cuatro trenes AVE fletados por esta naviera los sábados 3, 10, 17 y 24 de julio. Esta iniciativa recibió una respuesta impensable: en una semana se habían llenado los trenes. Además, adelantaron que en breve se cerrará otro acuerdo con RENFE para favorecer a los pasajeros de distancias cortas que embarcan en Málaga como son los procedentes de Granada, Córdoba o Sevilla que contarán con precios especiales al acreditar su reserva con Royal Caribbean. Según la compañía, estaba previsto que durante el verano 2010 se transportará a más de 72.000 pasajeros tanto españoles como europeos, siendo la mitad de ellos procedentes de diversos países de Europa, quienes pernoctan en la ciudad de Málaga una o dos noches. En cuanto a los viajeros nacionales, el 70% proceden de la comunidad andaluza seguidos de los madrileños con un porcentaje del 20%, siendo el restante 10% procedentes del resto de la geografía española. Por último, y aprovechando la presencia de un grupo de agentes de viaje y periodistas procedentes de la zona de Madrid que habían sido desplazados por la compañía naviera para la presentación, trasladamos al grupo a Gibralfaro donde pudieron disfrutar de una panorámica de Málaga para, posteriormente, realizar una visita al casco histórico de la ciudad que incluyó una pausa para tomar un café por cortesía del hotel Gallery Molina Lario.
- ⇒ **9 de julio – Presentación Escuela Hotelová Akadémia Liptovsky Mikulas.** Ekip Europa contactó nuevamente con el Patronato de Turismo solicitando nuestra colaboración con un grupo formado por 10 alumnos de la Escuela de Turismo Hotelová Academia Liptovsky Mikulas de Eslovaquia, quienes viajaron acompañados por tres responsables de dicha escuela. Estos alumnos realizarán prácticas profesionales como periodo de aprendizaje en establecimientos pertenecientes a la industria turística de la Costa del Sol. Dichas prácticas tendrán una duración de tres meses a contar desde finales del mes de junio y tiene como objetivo el aprendizaje, asimilación y puesta en práctica de todos los conocimientos que éstos alumnos han asumido tras su periodo de



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

formación en esta escuela eslovaca. Nuestra colaboración consistió en ofrecerles una presentación en la que se les proporcionó amplia información sobre la variedad de productos que la provincia ofrece como destino turístico. Asimismo estaban interesados en conocer la labor promocional desarrollada por el Patronato de Turismo, así como el resto de acciones que este organismo lleva a cabo, conociendo con mayor detalle la estructura relacional y funcional con el resto de entidades turísticas. Tras la presentación el grupo se mostró muy interesado y realizó diferentes cuestiones basadas en los conceptos tratados durante la sesión.

⇒ **11 al 18 de julio – British Open de Golf (St. Andrews).** 150 edición del torneo más importante en el calendario europeo y uno de los cuatro grandes a nivel mundial donde participan los mejores jugadores del mundo y es, probablemente, el que más público arrastra de todos. Esta edición contó con la presencia de más de 200.000 personas. Por quinto año consecutivo, Turismo Andaluz organizó un encuentro de convivencia entre TT. OO. de golf de distintos puntos de Reino Unido y los componentes de la delegación andaluza asistente al Open. El encuentro consistió en un torneo de golf en el que cada miembro de la delegación andaluza jugó con dos TT. OO. Una vez finalizado el torneo, y ya por la tarde, se organizó un taller de trabajo en el mismo hotel de media hora de duración donde la delegación andaluza pudo mostrar a los TT. OO. de golf británicos su oferta y producto al tiempo que intercambiaron impresiones sobre lo que supone nuestro destino para el mercado británico. El taller de trabajo finalizó con una presentación del destino para, seguidamente, continuar con una cena de confraternización. Por último se procedió a la entrega de premios. Dentro de la zona de empresas en el The Old Course de St. Andrews, Turismo Andaluz habilitó una carpa donde se ofreció tanto a TT. OO. británicos como a prensa especializada un almuerzo de confraternización con los representantes andaluces asistentes al Open. El turismo británico en general, y el del golf en particular, es el principal mercado para la Costa del Sol representando un 50% del total de los turistas que nos visitan. Las dos formas más usuales de conocer el destino son por experiencia propia (49,5%) y recomendación de familiares o amigos (25,5%). El presupuesto medio del viaje es de 1.611 euros y el gasto medio diario de 116,4 euros. La valoración que hacen de la Costa del Sol es muy buena en general y los aspectos peor valorados son los precios, masificación y creciente dificultad de desplazamiento y movilidad.

⇒ **12 de julio – Visita Familiarización Royal Caribbean Cruises.** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol, en colaboración con Royal Caribbean, el Ayuntamiento de Málaga y RENFE-AVE, recibió a un grupo de 27 agentes de viajes procedentes del departamento de Empresas de Viajes Halcón de la zona de Madrid. Los agentes, que llegaron a Málaga en el tren de alta velocidad, AVE, se dirigieron directamente a la terminal portuaria para, aprovechando la escala del “Independence of the Seas” en Málaga, proceder a la visita del buque. Una vez concluida la misma se dirigieron al centro histórico al objeto de realizar un recorrido por sus calles que incluyó Gibralfaro y panorámica de Málaga, Catedral y un paseo por calle Larios. El objetivo de esta visita fue el de resaltar las potencialidades de nuestra ciudad como destino (escalas o llegadas-salidas) de cruceros, no sólo por las novedosas infraestructuras que ofrece la propia instalación portuaria malagueña, capaz de acoger a buques de cualquier tamaño, sino por la amplia oferta cultural y gastronómica y de “shopping” que ofrece el centro histórico de la ciudad,



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

ubicado a tan sólo unos metros del puerto. Asimismo mostrarles que nos hemos convertido en un destino cultural de primer orden en torno a la figura de Picasso y muy especialmente el Museo Picasso y la Casa Natal.

- ⇒ **19 al 21 de julio – Presentación Destino Costa del Sol (Reino Unido).** Acción promocional realizada en Londres, Christchurch, Bristol, Effingham, Godalming, Stourd, Twigworth y Swindon cuya finalidad no fue otra que contactar con los líderes de opinión y directivos que tienen poder de tomar decisiones a la hora de elegir un destino para la realización de viajes de negocio de sus clientes, además de fortalecer las cálidas relaciones con antiguos clientes del destino. El objetivo de la misma fue el de realizar cursos de formación de una hora sobre el destino Costa del Sol. Este formato es de los más efectivos ya que no sólo sirve de recordatorio a los técnicos que ya conocen el destino sino que también se explican las novedades del destino y se contactan a nuevos técnicos que se incorporan. En todas estas visitas llegamos a los altos cargos directivos. El reto del Convention Bureau para este año y el que viene es poder 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 incentivos del país sino también ir alcanzando paulatinamente a nuevas agencias que van naciendo así como algunos clientes finales para que se mantengan los flujos e incrementen el número de turistas de viajes de reuniones en la Costa del Sol. Es bien cierto que existe un estancamiento en el mercado, que se resiente por la situación del euro, pero lo más importante de todo es que hemos notado que los clientes tienen un gran optimismo y buscan nuevas salidas de cara a sus clientes. Los clientes contactados resaltaron la importancia de los nuevos valores y creatividad del destino al cual estaban dejando un poco de lado porque estaba muy explotado. Todas las agencias visitadas tomaron nota de nuestra presentación y comentaron que nos tendrán en cuenta para futuras cotizaciones. Como conclusión, podemos decir que se plantea una buena oportunidad para fomentar la actividad del mercado de reuniones e incentivos en el mercado británico, número para la Costa del Sol.
- ⇒ **22 al 25 de julio – Scandinavian Masters (Estocolmo).** Participación en la carpa montada por la Real Federación Andaluza de Golf y Turismo Andaluz, la cual contó con una buena ubicación, justo frente a la entrada del público. Este año la asistencia fue menor que años anteriores debido, principalmente, a los precios fijados para esta edición que ascendían a los 30 euros los días entre semana y a 40 euros el fin de semana. Además, la situación económica y el mal tiempo propiciaron un retraimiento del público que rondó los 50.000 espectadores, número que en ediciones anteriores se doblaba. El público se interesó mucho en la visita a la zona expositiva donde se presentaban los destinos de golf más importantes del mundo. El stand donde se encontraba la Costa del Sol fue uno de los más visitados ya que, además de material promocional e informativo, se ofreció a los asistentes la delicia de degustar jamón ibérico de nuestra tierra cortado por un profesional llevado expresamente por la Real Federación Andaluza de Golf. Asimismo se sorteó un juego de palos que también aumentó el interés de acercarse al stand. Técnicos del Patronato de Turismo tuvieron ocasión de contactar con prensa especializada y con los principales TT. OO. suecos que asistieron al evento con los que mantiene una estrecha relación a través de las distintas ediciones de los Sol Swedish Cup, que organiza el Patronato desde hace cuatro años. La Costa del Sol sigue siendo



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

un destino muy valorado por el jugador sueco. Dada la dimensión de este mercado (alrededor de 600.000 licencias) y la necesidad que tienen de viajar gran parte del año, hace que este mercado sea muy atractivo para nuestra provincia.

- ⇒ **29 de julio al 1 de agosto – British Open Femenino (Southport).** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol asistió al British Open Femenino dentro del espacio de Turismo Andaluz donde se encontraban ubicados los stands de los distintos destinos turísticos interesados en el golf femenino que cada vez tiene mayor número de adeptos. En la misma zona expositiva se encontraban los stands de merchandising lo que implicó un trasiego continuo de personas por la zona. La climatología no fue buena lo que incidió en una menor afluencia de público esos días, no obstante la asistencia total aproximada al evento pese a las condiciones climatológicas referidas superó los 50.000 espectadores. Se pudo constatar que el interés por el golf femenino se está incrementando años tras año y que cada vez hay más jugadoras femeninas, con gran interés por salir de sus países y aprovechar los viajes para jugar al golf en destinos con buena climatología y con oferta variada. Las consultas sobre nuestro destino fueron atendidas y no sólo sobre golf, sino también sobre otros segmentos que lo complementan. El British Open Femenino está considerado como el primer torneo del circuito europeo no sólo por el montante económico o por el número y calidad de las jugadoras que participan y se consideran las mejores jugadoras del mundo, sino por el gran número de público que asiste. En Europa sólo está por delante de la Solheim Cup que se celebra cada dos años en nuestro continente.
- ⇒ **13 al 17 de agosto – Grupo Internacional de Prensa Feria de Málaga.** El Patronato de Turismo de la Costa del Sol ha realizado un balance muy positivo de la visita, un año más, de un grupo nacional e internacional de prensa que pudo disfrutar durante unos días de la Feria de Málaga, invitados por la entidad. En este sentido el resultado fue satisfactorio tanto por la calidad de los periodistas que participaron en este viaje promocional como por el interés mostrado por todos ellos y por la posterior repercusión que la feria de Málaga tiene en los medios para los que trabajan, todos ellos de reconocido prestigio en su país de origen. A este respecto y a falta de la valoración definitiva de las diferentes Oficinas Españolas de Turismo que han colaborado con el viaje, el valor de lo publicado en ediciones anteriores puede rondar el millón de euros. Entre los diferentes países representados figuraron España, Alemania, Bélgica, Rusia, Noruega, Italia, Suecia y Holanda y medios de reconocido prestigio como “Financial Times”, Radio Deutsche Welle, “Genieten”, “Telegraaf”, “Expocultur”, “Infortursa” o “Expreso” entre otros. En cuanto a las actividades organizadas, pudieron disfrutar de los fuegos artificiales, romería al Santuario de la Virgen de la Vitoria, feria de día y de noche, corrida de toros, visita al Museo Picasso, cena en Benalmádena y visita a Mijas. El Patronato de Turismo de la Costa del Sol considera muy elevada la repercusión publicitaria de los reportajes publicados por los periodistas en las últimas ediciones. Se trata del grupo de prensa más importante de los que visitan la Costa del Sol anualmente junto con el de Semana Santa y una de las acciones de marketing más importante de las que realiza la entidad. Este viaje fue organizado además con el apoyo de las Oficinas Españolas de Turismo de todo el mundo y se ha convertido en una actividad ya tradicional de la feria.



# COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO & CONVENTION BUREAU

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

⇒ **17 al 18 de agosto – Incentive Works Canadá (Toronto).** Un año más, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol, a través de su Convention Bureau, participó en la feria Incentive Works Canadá celebrada en el Metro Toronto Convention Centre donde contamos con un mostrador dentro del stand de Turespaña. La Costa del Sol fue el único destino español presente en este encuentro que está dirigido a los profesionales de reuniones y eventos del mercado canadiense. Este hecho pone de manifiesto la importancia que el mercado canadiense tiene para la Costa del Sol en el segmento de reuniones. Esta acción promocional tuvo como objetivo el de mantener y fomentar nuevos contactos con casas de incentivo, corporates, empresas canadienses e intermediarios en general. Se han detectado algunas tendencias interesantes que nos podrán ayudar a definir mejor las estrategias comerciales en este mercado. La feria ha seguido la línea de años anteriores. La asistencia fue baja en cuanto al número de compradores potenciales de calidad pero todas las grandes casas de incentivo visitaron nuestro stand. Ya existe una buena relación profesional con ellos fruto de la perseverancia en este mercado. Valoran de forma muy positiva los esfuerzos que hacemos, no sólo como destino sino también desde la parte empresarial. Las noticias son buenas para el sector de reuniones y eventos. Ya se respira optimismo en el sector en el mercado canadiense. Europa vuelve con fuerza como destino aunque el viaje doméstico sigue teniendo bastante peso. En cuanto a los destinos europeos preferidos, España mantiene el liderazgo junto con Italia, Francia, Reino Unido y Alemania. El incentivo puro y duro ya no existe, sólo combinado con reuniones, ya que los clientes se enfrentan a recortes presupuestarios así como a un menor número de participantes en sus viajes de incentivo. Aunque Turismo Andaluz no participó en esta feria, contamos con su colaboración en el torneo de golf que se celebra todos los años con motivo de la misma.

#### 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 pudiere recibir.