



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU

MEMORIA DE ACTIVIDADES 2007



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

ÍNDICE

1. Ferias	3
2. Jornadas Profesionales.....	94
3. Foros Profesionales	142
4. Acciones Inversas	168
5. Visitas Medios de Comunicación	217
6. Otras Acciones.....	256
7. Página Web.....	353
8. Campañas de Publicidad.....	363
9. Nuevos Socios	369



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU

FERIAS



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU

FERIAS 2007

FECHA	FERIA	CIUDAD/PAÍS	SEGMENTO
10 al 14 enero	VAKANTIEBEURS	Utrecht	Genérico
24 al 28 enero	BTL	Lisboa	Genérico
29 al 30 enero	FITUR CONGRESOS	Madrid	Congresos – Incentivos
29 al 31 enero	SHIE	Estocolmo	Congresos – Incentivos
31 enero al 4 febrero	FITUR	Madrid	Genérico
6 al 10 febrero	CEVISAMA	Valencia	Congresos – Incentivos
7 al 8 febrero	ONLINE MARKETING ESPAÑA (OME)	Madrid	Marketing Online
13 al 14 febrero	AIME	Melbourne	Congresos – Incentivos
14 al 15 febrero	EMIF	Bruselas	Congresos – Incentivos
22 al 25 febrero	BIT	Milán	Genérico
7 al 11 marzo	ITB	Berlín	Genérico
16 al 18 marzo	RHEINGOLF	Colonia	Golf
16 al 18 marzo	SEVATUR	San Sebastián	Genérico
22 al 25 marzo	FERANTUR	Sevilla	Rural – Activo
28 al 29 marzo	STEPS	Londres	Genérico
29 marzo al 3 abril	SCOTTISH GOLF SHOW	Edimburgo	Golf
17 al 19 abril	IMEX	Frankfurt	Congresos – Incentivos
19 al 22 abril	FERIA DE LOS PUEBLOS	Málaga	Genérico
19 al 22 abril	SITC	Barcelona	Genérico
26 al 29 abril	LONDON GOLF SHOW	Londres	Golf
28 al 29 abril	MUNDO ABREU	Lisboa Oporto	Genérico
1 al 4 mayo	ARABIAN TRAVEL MARKET	Dubai	Genérico
3 al 6 mayo	FERIA DE MUESTRAS EMPRESAS MALAGUEÑAS	Málaga	Genérico
10 al 13 mayo	EXPOVACACIONES	Bilbao	Genérico
31 mayo al 1 junio	EXPOMEETING	Málaga	Congresos – Incentivos
7 al 10 junio	EUROCOTAL	Torremolinos	Genérico
28 junio al 1 junio	101 OPEN DE FRANCIA DE GOLF	Versalles	Golf



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU

FERIAS 2007

FECHA	FERIA	CIUDAD/PAÍS	SEGMENTO
5 al 8 julio	SMURFIT KAPPA EUROPEAN OPEN	Dublín	Golf
18 al 22 julio	FERCAM	Manzanares	Genérico
19 al 22 julio	BRITISH OPEN DE GOLF	Carnoustie	Golf
2 al 5 agosto	RUSSIAN OPEN DE GOLF	Moscú	Golf
16 al 19 agosto	ESCANDINAVIA MASTERS DE GOLF	Estocolmo	Golf
20 al 22 agosto	INCENTIVE WORKS SHOW	Toronto	Congresos – Incentivos
23 al 26 agosto	KLM OPEN EXPO	Zandvoort	Golf
6 al 9 septiembre	OMEGA EUROPEAN MASTERS	Trasmontana	Golf
20 al 23 septiembre	IV FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO CULTURAL	Málaga	Cultural
26 al 28 septiembre	TOP RESA	Deauville	Genérico
4 al 7 de octubre	TIERRA ADENTRO	Jaén	Rural – Activo
10 al 14 octubre	ARATUR	Zaragoza	Genérico
18 al 21 octubre	MADRIDGOLF	Madrid	Golf
24 al 28 octubre	ABAV	Río de Janeiro	Genérico
25 al 26 octubre	TTW – “MÁLAGA DE PICASSO”	Montreux	Genérico
2 al 4 noviembre	EXPOTURAL	Madrid	Rural – Activo
7 al 10 noviembre	VOLVO MASTERS	Sotogrande	Golf
12 al 15 noviembre	WTM	Londres	Genérico
22 al 25 noviembre	INTUR	Valladolid	Rural – Activo
24 nov. al 2 dic.	EXPO OCIO	Madrid	Genérico
3 al 6 diciembre	INTERNATIONAL GOLF TRAVEL MARKET	Cancún	Golf

Vakantienbeurs 10 – 14 enero 2007. Utrecht

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo participó en Vakantiebeurs, feria de turismo que se celebra cada año en la ciudad holandesa de Utrecht y que es la única feria a la que asistimos en este país, siempre conjuntamente con Turismo Andaluz.

2. Formato

Al igual que en ediciones anteriores, Vakantiebeurs se caracterizó por la poca asistencia profesional durante el primer y único día dedicado a este fin en contraposición con los días de público durante los cuales la feria contó con numerosos asistentes.

3. Desarrollo

Durante el día profesional tuvimos ocasión de entrevistarnos con algunos de los principales TT. OO. holandeses, entre ellos TUI Nederland, Oad Reizen, De Jong Intra Vakanties y HotelPlan, así como con la responsable del departamento de comunicación de la Asociación de TT. OO. y Agentes de Viajes Holandeses, DRV.

Tras finalizar el día profesional, tuvo lugar la entrega de la “Pluma de Oro”, galardón que se otorga anualmente a los TT. OO. según las distintas categorías por productos y por destinos. Dicho galardón lo ofrece anualmente “Reiserevue”, revista especializada del sector.

Uno de los TT. OO. que mayor número de plumas de oro ha obtenido es OAD Reizen quedando en primera posición en numerosas categorías, concretamente diez primeros puestos en: mejor tour operador “todo incluido”, mejor relación calidad-precio, mejor servicio online y de agencia y mejor tour operador autocarista.

La “Pluma de Oro” a la mejor oficina de turismo extranjera fue a parar a manos del director de la Oficina Española de Turismo de La Haya.

Con respecto al destino España, los cinco primeros TT. OO. galardonados fueron, por orden: Holland International, Neckermann, Sudtours, OAD Reizen y Arke.



4. Conclusiones

Por un lado, decir que resultó interesante estar presente en esta feria con el fin de tomar el pulso al mercado holandés y, por otro, para definir los gustos y preferencias del turista de este país.

Hemos podido observar que, sin duda, el viajero holandés se decanta por vacaciones fly & drive, caravana y camping principalmente.

El turista holandés es gran aficionado a conocer el destino por su cuenta y, por tanto, no resulta ser el típico cliente de sol y playa.



BTL
24 – 28 enero 2007. Lisboa

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo acudió a la decimonovena edición de la Bolsa de Turismo de Lisboa con el objetivo marcado de tratar de fortalecer el trabajo realizado en 2006 a través de las diferentes acciones desarrolladas en este país.

2. Formato

Se trata de una feria internacional en la que se dan cita todos los segmentos turísticos. El Patronato se ubicó en el espacio reservado por Turismo Andaluz en el pabellón 3. El stand contó con una zona de mostradores y otra zona con mesas y sillas para mantener reuniones.

3. Desarrollo

La feria dio comienzo el 24 de enero, día dedicado exclusivamente a profesionales. Muchos de éstos pasaron por nuestro stand mostrando gran interés por nuestra provincia, en concreto por municipios como Ronda, Antequera o la zona de la Axarquía y, sobre todo, por el segmento de congresos e incentivos así como el de salud.

La inauguración corrió a cargo del embajador de España y de la directora de la Oficina Española de Turismo de Lisboa. Como sucediera en ediciones anteriores, nos saludaron y agradecieron una vez más la presencia de Andalucía con stand propio.

Tras la inauguración, la directora de la OET pasó por nuestro stand para presentarnos un estudio que han realizado sobre el mercado portugués. Dicho estudio recoge a los mayoristas que venden la Costa del Sol, el perfil del turismo al que venden y cuantas páginas dedican en sus folletos a la Costa del Sol.

En cuanto al número de visitantes tanto profesionales como público en general, esta edición fue algo mejor que la de 2006. También hay que destacar que el número de expositores ha aumentado.

Aprovechamos la presencia en esta feria para mantener reuniones con los responsables de Abreu y Marsol al objeto de comentar los proyectos que teníamos previstos realizar en Portugal durante 2007.



4. Conclusiones

El resultado de la promoción fue muy satisfactorio. Además, pudimos comprobar que la OET de Lisboa está muy dispuesta a colaborar con este Patronato de Turismo en todos los sentidos y, así, nos ofrecieron organizar un fam-trip enfocado en el segmento de golf para directivos de grandes empresas. Asimismo, ofrecieron su colaboración a la hora de preparar las presentaciones a realizar en Portugal durante 2007.

FITUR Congresos
29 – 30 enero 2007. Madrid

1. Acción - objetivo

Feria organizada por IFEMA en colaboración con Turespaña a través de sus Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero. La misma tiene lugar los días previos a FITUR general y suele contar con una amplia participación de empresas privadas y públicas del sector de turismo de reuniones de toda España.

El objetivo de nuestra asistencia no fue otro que el de promocionar Málaga-Costa del Sol como destino de reuniones, así como la oferta y servicios que prestan nuestros miembros asociados. Igualmente se aprovechó la oportunidad para informar a los compradores de todas las novedades en materia de nuevos productos, infraestructuras, servicios, mejoras y obras en curso.

2. Formato

El formato de esta feria está basado en un sistema de citas concertadas con los compradores, que se realizan a través de la organización, siendo éstos quienes reciben a los vendedores en su mesa de trabajo durante 15 minutos.

3. Desarrollo

El total de citas concertadas fue de 35 aunque en los dos días de la feria se produjeron cancelaciones.

En la jornada del día 29 los compradores procedían de Europa aunque, sobre todo, concertamos citas con empresas italianas y alemanas, en su mayor parte casas de incentivos. Muchos compradores conocían bien el destino y se interesaron por las últimas novedades en cuanto a infraestructuras hoteleras, congresual, conexiones aéreas y oferta complementaria. Otras no habían trabajado nunca con la Costa del Sol y mostraron gran interés en conocer la oferta existente.

En la segunda jornada, países del resto del mundo, la mayoría de las citas se concertaron con compradores de EE. UU. y Canadá. Algunos de ellos manifestaron su interés por nuestro destino, destacando algunas empresas que tenían grupos previstos para el 2007 en la Costa del Sol y que estuvieron presentes en la II Gala Internacional de Premios que tuvo lugar en el mes de junio 2006.



4. Conclusiones

En general el resultado de la feria se puede calificar de aceptable. Se confirma la recuperación del destino España en los mercados americanos y canadiense. Dentro del mercado europeo cabe señalar que gran parte de los compradores con los que se mantuvieron cita ya conocían la Costa del Sol y han organizado eventos en alguna ocasión. Mostraron interés por las novedades que ofrece el destino.



SHIE 29 – 31 enero 2007. Estocolmo

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo estuvo presente, por tercera vez, en la feria SHIE (Scandinavian Hospitality Incentive Event Exhibition) que tuvo lugar en la ciudad de Estocolmo durante los días 29 al 31 de enero 2007.

Dada la gran importancia que el mercado escandinavo tiene para la Costa del Sol, se decidió estar presentes en esta feria a fin de promocionar nuestro destino como sede de reuniones e incentivos, así como para poder analizar la situación del mercado escandinavo, establecer contactos comerciales y valorar la calidad de esta feria con objeto de decidir si la Costa del Sol estará presente en futuras ediciones con una representación institucional.

Por primera vez se realizó un encuentro con prensa especializada y genérica de Suecia. Esto resultó muy interesante ya que nos permitió mantener un canal de comunicación abierto.

Así, el día 31 de enero mantuvimos un almuerzo con cuatro revistas suecas y todas ellas mostraron interés en visitar nuestra provincia con el fin de escribir artículos y cubrir un destino que hace tiempo que no aparece en prensa. Un destino que, según ellos, es maravilloso para viajes de fin de semana, culturales y para empresas que puedan celebrar sus incentivos y conferencias.

2. Formato

Siguiendo nuestras recomendaciones, este año Turespaña quiso estar presente para probar la calidad de la feria por lo que acudimos de la mano de dicho ente promocional compartiendo su stand desde donde se informó de la oferta actual de la Costa del Sol, nuevos proyectos de ampliación del aeropuerto de Málaga, mejoras en infraestructuras, nuevos hoteles, ofertas de ocio, Museo Picasso, etc. etc.

3. Desarrollo

SHIE es una feria pequeña especializada en reuniones e incentivos dedicada exclusivamente al mercado sueco por lo que la mayoría de los expositores proceden de dicho país. También participaron otros países europeos como Dinamarca, Irlanda, Finlandia, Noruega, Alemania, Polonia, Holanda, Hungría y la República Checa.

Cabe resaltar que la Costa del Sol fue el único destino español presente en SHIE y que nuestra presencia fue valorada muy positivamente por todos los compradores que se acercaron al stand.



Suecia se sigue recuperando muy lentamente del daño ocasionado en el 2001. De hecho, muchas empresas siguen recortando personal aunque dice que están mejor que el año pasado.

4. Conclusiones

Fue una buena feria por la calidad y el interés de los compradores que visitaron el stand de Turespaña. Prueba de ello es que algunos de los compradores entrevistados mostraron especial interés en las infraestructuras de nuestro destino y demandaron información de nuevas aperturas de hoteles y venues.

También fue importante mantener reuniones con prensa especializada y genérica para poder conseguir durante este año una cobertura mediática a través de los mismos, con buenos artículos informativos y llamativos de nuestro destino.

FITUR
31 enero – 4 febrero 2007. Madrid

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo acudió un año más a FITUR, la Feria Internacional de Turismo que se celebró en el recinto ferial Juan Carlos I de Madrid durante los días 31 de enero al 4 de febrero.

Se trata de la primera gran cita turística del año a la que acuden representantes de empresas relacionadas con el sector turístico de todo el mundo y que para la Costa del Sol, junto a la WTM de Londres y la ITB de Berlín, es la más importante.

2. Formato

Continuando con la línea marcada en 2006, el stand fue muy visual con imágenes muy significativas de la provincia. En esta edición, el Patronato de Turismo se presentó con un espacio de 400 m² enmarcado en el espacio que ocupó la oferta turística andaluza en el pabellón 3.

El stand dispuso de una zona expositiva distribuida por comarcas mientras que los diferentes segmentos turísticos estuvieron presentes en todos los elementos decorativos del stand. Igualmente, se habilitó una sala polivalente para la realización de presentaciones, ruedas de prensa, etc., así como sala de trabajo para los profesionales del sector. Por otra parte, se instalaron un total de cuatro estudios de radio y televisión asignados a otras tantas emisoras malagueñas que transmitieron a la provincia todas las actividades que tuvieron lugar en FITUR.

La zona de bar, donde se llevaron a cabo diferentes degustaciones de productos típicos de la gastronomía de la provincia, estuvo atendida por profesores y alumnos de las Escuelas de Hostelería La Rosaleda y Jacaranda como viene sucediendo en los últimos años.

3. Desarrollo

Significativo fue, sobre todo, el aumento de visitantes profesionales que se cifró en 150.000 entradas, un 10% más que las registradas el ejercicio anterior según datos aportados por IFEMA. De estas visitas, el mayor número de entradas correspondió al sector de la hostelería seguido por el de las agencias de viajes y por el relativo al sector del transporte.

La feria contó con la presencia de un total de 13.190 empresas con 845 expositores que representaban a 170 países. La superficie expositiva fue de 90.000 m², lo que convirtieron esta edición de FITUR en la de mayor ocupación de toda su historia.



La delegación costasoleña estuvo encabezada por el presidente del Patronato de Turismo a quién acompañaron el gerente y técnicos de la entidad. Durante estos días se mantuvieron encuentros con diferentes responsables del sector turístico, agentes de viajes y TT. OO. así como responsables de las Oficinas Españolas de Turismo y medios de comunicación de cara a la puesta en marcha del Plan de Acción 2007 y para tomar el pulso turístico al año en curso.

Más de un centenar de socios, representantes de empresas costasoleñas, alcaldes y concejales de los municipios de la provincia, representantes de las Mancomunidades, Centros de Desarrollo Rural, asociaciones, etc. estuvieron presentes en el stand de la Costa del Sol.

Durante la feria el Patronato de Turismo presentó los últimos trabajos de promoción y comercialización que se están llevando a cabo en Internet insistiendo, al tiempo, que no ha dejado de lado la importancia que para la entidad siguen teniendo los sistemas tradicionales de promoción y comercialización.

Es de destacar la firma de un convenio entre el Patronato de Turismo de la Costa del Sol y Muchoviaje.com con el objetivo de poner en marcha una campaña en diferentes soportes y distintas fases de realización para posicionar en la mente del consumidor turístico el producto Sierra de las Nieves y publicitar la zona para el potencial visitante.

De este modo se puso en marcha una campaña online, con más de 30 millones de impresiones en el portal Muchoviaje.com, una acción en televisión y una campaña publicitaria en la revista "Mucho Viaje".

Asimismo, como iniciativa común en el uso de las nuevas tecnologías y la inversión en I+D+I (Investigación + Desarrollo + Innovación) sobre proyectos turísticos, la Universidad de Deusto conjuntamente con Vocento Media Trader, Robotiker y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol pusieron en marcha el proyecto OCIOMET (Sistema de Información Meteorológica para Actividades de Ocio). El objetivo común de este proyecto es el diseñar y construir un Sistema de Información Meteorológica muy precisa para actividades de ocio especializadas como golf, deportes náuticos, turismo activo, etc. que proporcione a los turistas información personalizada en tiempo real sobre el momento idóneo para realizar las actividades turístico-deportivas de su interés.

Simultáneamente se mantuvieron reuniones, entre otros, con representantes de Rodhasol Bilbao con el fin de realizar diferentes visitas de familiarización dirigidas al personal de ventas; con directivos, propietarios y representantes de la línea aérea Lagunair con los que se colabora estrechamente al objeto de potenciar los vuelos directos a Málaga que esta compañía opera desde Salamanca y León y que comenzaron a operar desde Valladolid en la primavera de 2007.

De otro lado, el Patronato de Turismo presentó el día 30 de enero el "I Costa del Sol Masters Madrid", un circuito de golf cuyas eliminatorias tuvieron lugar en Madrid y cuya final se jugó en la Costa del Sol. El objetivo de este torneo es dar a conocer al mercado madrileño y a los medios de comunicación las enormes posibilidades que se abren para la práctica del gol en la Cosa del Sol con la inauguración del corredor



Madrid-Málaga atendido por trenes AVE, que pondrá la capital de España a poco más de dos horas de Málaga.

El Patronato de Turismo también participó, a través de su departamento especializado en congresos, reuniones e incentivos, en FITUR Congresos. Se trata de un salón de reuniones y viajes de incentivos que desde hace ocho años se ha convertido en la antesala de la Feria Internacional de Turismo, en el que se dan cita más de 150 empresas expositoras y una cuidada selección de compradores de 27 países diferentes.

4. Conclusiones

El Patronato de Turismo realizó un balance muy positivo de su presencia en la que fue la XXVIII edición de FITUR, que recibió más de 200.000 visitantes, por lo que cumplió claramente las previsiones de la organización en cuanto a asistencia se refiere.

Cevisama
6 – 10 febrero 2007. Valencia

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo visitó durante estos días la feria Cevisama (Salón Internacional de cerámica, recubrimientos para la construcción, equipamiento de baño y cocina, materias primas, esmaltes, fritas y maquinaria), certamen que tiene lugar en Valencia y que en 2007 celebró su 25ª edición.

Nuestro objetivo fue el de contactar con las empresas que expusieron sus productos y últimas novedades con objeto de investigar si organizan presentaciones de producto, convenciones y viajes de incentivo, quienes son los responsables de la organización de eventos y si están interesados en Málaga-Costa del Sol para su celebración. Es imprescindible buscar e investigar nuevos sectores económicos fuertes y con negocio potencial para el destino, de ahí la inclusión de Cevisama en el Plan de Acción 2007.

2. Formato

Esta feria, que aspira a convertirse en una feria de vanguardia que marca tendencias, contó con más de 1.000 expositores procedentes de 21 países siendo Italia el más numeroso ya que sus 60 firmas presentes, pertenecientes a los sectores de cerámica para la construcción y equipamiento para el baño, representaron el 35% de los expositores extranjeros.

Además de Italia también estuvieron presentes empresas procedentes de Alemania, Austria, Bélgica, Brasil, Bulgaria, China, Emiratos Árabes Unidos, Egipto, EE. UU., Polonia, Portugal, Tailandia y Reino Unido entre otros.

3. Desarrollo

Durante dos días el Patronato de Turismo asistió a Cevisama como visitante contactando con empresas nacionales e internacionales en su mayoría pertenecientes al sector de la cerámica y baño, sectores muy fuertes económicamente y con gran potencial para la organización de eventos corporativos.

4. Conclusiones

El balance fue positivo. Como hemos señalado anteriormente, y dado su potencial económico, los sectores más interesantes resultaron ser los de cerámica y baño.



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

Las empresas más importantes fueron las nacionales. Sin duda alguna España es líder en el diseño y exportación de cerámica y equipamiento de baño a nivel mundial. Principalmente organizan reuniones a nivel regional; cursos de formación; presentaciones de nuevos productos dirigidas a arquitectos, interioristas y diseñadores, así como viajes de incentivos. Estos últimos suelen hacerlo con más frecuencia las empresas con expansión internacional con objeto de premiar a su red comercial en países extranjeros.

Las empresas extranjeras contactadas, procedentes de Italia, Portugal y Alemania principalmente, organiza hoy por hoy sus reuniones y presentaciones de producto dentro de su país, si bien ven probable hacerlo en España en un futuro gracias a sus planes de expansión en nuestro país.



Online Marketing España (OME) 7 – 8 febrero 2007. Madrid

1. Acción - objetivo

Siguiendo con el Plan de Acción previsto para el 2007, el Patronato de Turismo participó por tercer año consecutivo en el Online Marketing Europe que tuvo lugar en Madrid entre los días 7 y 8 de febrero.

OME se celebró por tercer año y, a diferencia de las ediciones anteriores, no solamente ha habido un traslado de Palma de Mallorca a Madrid, sino que también han introducido una marcada orientación hacia el mercado español, por lo que este año ha pasado a ser Online Marketing España.

Durante el congreso tanto ponentes nacionales como internacionales presentaron la actualidad del marketing digital, así como información sobre las nuevas tendencias dentro del marketing online.

El objetivo del Patronato no fue otro que el de obtener información de primera mano sobre las tendencias actuales del marketing digital, así como el de intentar contactar con agencias que puedan proveer de un servicio integral a la hora de gestionar campañas gráficas online, marketing de resultados, de afiliación, marketing directo, marketing, viral, etc.

2. Formato

La feria contó con un espacio expositivo donde se encontraban los stands de las empresas y además, paralelamente a la feria, había tres salas de conferencias donde tanto ponentes nacionales como internacionales llevaron a cabo sus presentaciones relacionadas con la actualidad del marketing digital.

3. Desarrollo

Durante el primer día de feria, asistimos a las ponencias de las siguientes empresas: Mailprofiler, Wunderloop, Globalred, Nedstat, Instituto de Comercio Electrónico y Marketing Directo (ICEMED) y Antevenio, mientras que el segundo día fueron 1000mercis, Profesionalia, European Interactive Advertinsing Association (EIAA) y Tradedoubler.

Durante las ponencias se hizo especial hincapié en la importancia del marketing directo vía email, principalmente como una de las herramientas más eficientes a la hora de comunicar y de transmitir información personalizada a los usuarios. Además, se trató un año más del marketing de resultados, tato SEO (Search Engine Optimization) como SEM (Search Engine Marketing), del marketing de afiliación y



especialmente del marketing viral y del modelo web2.0 que sigue apuntando a los blogs, comunidades, portales de entretenimiento, vídeo portales y foros como unos de los pilares para conseguir alcanzar a los públicos objetivos dentro de Internet.

Indicar por último que también asistimos a la presentación de Gmail por parte de Google. Este servicio de correo facilitado por Google es de acceso libre (con anterioridad los usuarios deberían ser invitados por otros usuarios para poder usar este servicio).

En relación al Emailing Marketing indicaron que se trata de uno de los medios más económicos, permite una gran agilidad, es rápido, con una gran cobertura, coste unitario bajo, gran capacidad de medición, permite la segmentación y la generación de informes. Además, para que sea lo más efectivo posible las base de datos deben estar lo más depuradas y actualizadas posible.

Como estrategia para conseguir leads sugieren que se incluya un solo campo, esto es el email, ya que a posterior si pueden conseguir muchos más datos de la persona. También se inclinan por el double opt-in, es decir, que además de rellenar la casilla por la que aceptan recibir información, hay que mandarles un email reconfirmando su interés por recibir dicha información. Ni que decir tiene que también hay que incluir la opción de opt-out, o sea, que se desuscriban en el momento en que deseen.

En relación al diseño, insistieron en que el 20% de los usuarios a los que se les envían emailings no pueden visualizar flash y el 10% no pueden visualizad html, por lo que hay que tenerlo en cuenta a la hora de decidirnos por el formato del documento que se va a enviar.

Los emailings no se deben hacer ni los lunes un los viernes y se recomienda mandarlos los martes, miércoles o jueves. Además, normalmente funcionan mejor si se envían por la tarde.

En cuanto a las empresas especializadas en marketing directo, contactamos con Antevenio, Mailprofiler y Emailing Solutions.

4. Conclusiones

La asistencia a la feria OME nos permitió conocer de primera mano cuales son las tendencias relativas al marketing digital, si bien es cierto que no ha habido muchas novedades con respecto a la información proporcionada en OME 2006.

No obstante, nuestra asistencia propició el encuentro con algunas agencias especializadas en soluciones de emailing y otros servicios online que pueden ser de interés para futuras acciones interactivas.

AIME
13 – 14 febrero 2007. Melbourne

1. Acción - objetivo

Durante los días 13 al 14 de febrero se celebró la 15 edición de la feria de reuniones e incentivos más importante de la zona del Sudeste Asiático-Pacífico, AIME, que tuvo lugar en la ciudad de Melbourne. Un mercado bastante fuerte al que ya nos hemos acercado en los últimos dos años y en el que varios socios del Patronato de Turismo-Convention Bureau tienen interés por las posibilidades económicas que ofrece en un futuro cercano, aunque ya se están recibiendo los primeros grupos en la Costa del Sol por parte de grandes empresas multinacionales.

Esta feria, perteneciente a Reed Travel Exhibitions al igual que la EIBTM de Barcelona, reunió en estos días una cifra superior a los 850 vendedores de los cinco continentes y 2.700 compradores, la mayoría de ellos procedentes del sudeste asiático (Singapur, Malasia, Tailandia), Australia y Nueva Zelanda, así como compradores europeos, canadienses y americanos. A base de un sistema de citas concertadas, que funcionó a la perfección, se intercambiaron un alto nivel de relaciones y oportunidades empresariales. En 2008 se volverá a celebrar en febrero pues se venían barajando otras fechas.

El Patronato de Turismo decidió volver a incorporar este evento al Plan de Acción 2007 debido al interés mostrado por varios países asiáticos que, en los últimos doce meses, han querido traer pequeños y grandes grupos a la zona. Este es un evento internacional que recoge compradores de los cinco continentes. España estuvo representada por los destinos habituales: Madrid, Barcelona y la Costa del Sol. Valencia no participó pues el equipo de su Convention Bureau estaba trabajando en la Copa América. Igualmente, volvió a participar First Choice, empresa que domina estos mercados.

Turespaña también quiso estar presente con el mismo espacio expositivo para volver a presentar la campaña “Sonríe, estás en España” (“Smile you are in Spain”). El director de la Oficina Española de Turismo de Singapur, encargado de estos mercados, se desplazó con su equipo a Melbourne para apoyar este evento, punto de encuentro de grandes corporaciones internacionales dentro del turismo de reuniones e incentivos. Además la OET organizó un almuerzo para compradores el día 15 de febrero.

Australia es un mercado con un perfil similar al del americano, con largas estancias normalmente en hoteles de 5 estrellas, amantes del golf, de los spas, de las compras, de los casinos y que, además, quiere aprovechar su estancia para visitar otras ciudades andaluzas. Pero no hay que olvidar que su destino favorito y más conocido de España es Barcelona por lo que hay que seguir trabajando mucho para conseguir que este mercado nos equipare a esta ciudad. Si logramos conseguir este objetivo tendremos muchos miles de visitantes procedentes del Sudeste Asiático y Australia.

2. Formato

El formato de esta feria es realmente interesante y efectivo. Funciona con un sistema de citas concertadas donde los compradores pasan a visitar a los vendedores. La propia organización se encarga de que cada vendedor reciba un mínimo de 10 citas diarias, aunque la Costa del Sol atendió 12 citas cada día. Hay que resaltar la labor de Reed Travel Exhibitions y la calidad de los compradores que fue realmente alta.

3. Desarrollo

El desarrollo fue bueno ya que los participantes mostraron gran interés por España en general, con posibles peticiones de eventos.

Aún así, la Costa del Sol es un destino totalmente desconocido para la mayor parte de estos mercados ya que lo que realmente conocen de España es Madrid y Barcelona. En este sentido, todos los clientes comentaban que antes de visitar cualquier otra ciudad española deben pasar por la Ciudad Condal.

La mayoría de los compradores que visitaron al técnico del Patronato de Turismo quedaron sorprendidos por las posibilidades del destino y lo consideran exótico, algo que ya no se escuchaba de la Costa del Sol.

4. Conclusiones

La realidad es que existe una demanda y eso se pudo constatar a lo largo de la feria encada una de las citas concertadas. Una demanda a la que debemos dirigirnos y llevar el nombre de Málaga-Costa del Sol dentro del marco de Andalucía y todas sus posibilidades. Las peticiones recibidas fueron muy variadas, desde grandes convenciones, pasado por presentaciones de productos hasta pequeños y grandes grupos de incentivos. Todas estas peticiones vinieron de la mano de grandes casas de incentivos, organizadores de congresos y empresas.

Hay que decir que el euro está terriblemente fuerte para estos países y por ello no vienen tantos grupos como quisiéramos, aunque las intenciones están ahí pues miran a Europa como el continente deseado. En España la gran joya es Barcelona y todo grupo tiene que pasar primero por allí.

EMIF
14 – 15 febrero 2007. Bruselas

1. Acción - objetivo

Sexta edición de la European Meeting and Incentive Forum celebrada en el recinto ferial de Bruselas entre los días 14 al 15 de febrero.

EMIF es el salón más importante para el segmento MICE de la zona de Benelux donde se dieron cita más de 600 expositores procedentes de 40 países.

2. Formato

El formato es similar a cualquier feria de estas características. La Costa del Sol participó con una mesa de trabajo dentro del stand de Turespaña y, además, contrató una agenda de citas con compradores interesados en nuestro destino.

Junto al Patronato de Turismo estuvieron presentes los hoteles Puente Romano, Occidental Coral Beach, El Fuerte y Guadalmina así como Cititravel. Otros destinos MICE españoles asistentes a la feria fueron Galicia, Cádiz, Sevilla, Tenerife y Gran Canaria.

3. Desarrollo

La feria resultó muy tranquila con escasa afluencia de público sobre todo el primer día.

Tan sólo se estableció contacto con aquellos clientes que habían solicitado cita mediante la agenda facilitada por la organización. Dicha agenda contemplaba tres citas el primer día, de las cuales falló una, y nueve el segundo día, de las cuales fallaron tres. Hay que señalar la poca calidad y efectividad de esta agenda.

La mayoría de los clientes con los que se mantuvo contacto fueron agencias de Bélgica, Alemania, Países Bajos.....

4. Conclusiones

En general la feria fue muy floja, con una afluencia de público muy escasa y con una agenda de citas con muchas faltas de asistencia.

Como aspecto positivo podemos señalar que las empresas con las que mantuvimos las citas mostraron interés en nuestro destino, algunas de ellas ya lo conocían y otras tenían grupos previstos para 2007 en la Costa del Sol.



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

Una vez más pudimos comprobar que el formato de esta feria es cada vez menos eficaz para los compradores y, sobre todo, para los expositores. Indicar que en el transcurso de la feria sólo se establecieron contactos con los compradores incluidos en la agenda de citas, en ningún momento se acercó ningún otro comprador que no estuviera contemplado en dicha agenda.

Teniendo en cuenta estas observaciones, se recomienda no participar en la próxima edición de EMIF y estudiar otras alternativas para establecer contactos con profesionales belgas.

BIT
22 – 25 febrero 2007. Milán

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo participó nuevamente en la Bolsa Internacional de Turismo de Italia que tuvo lugar entre los días 22 al 25 de febrero en la ciudad italiana de Milán.

El objetivo perseguido con nuestra presencia en esta feria fue el recabar información sobre el mercado italiano y proporcionar a nuestros socios la posibilidad de estar presentes en un mercado tan importante para la Costa del Sol.

La principal novedad de esta edición radicó en el cambio de ubicación de la feria que este año se trasladó al nuevo recinto ferial ubicado en la localidad de Rho, a las afueras de Milán y en dirección al aeropuerto de Malpensa.

Según datos recabados por el Instituto Español de Estudios Turísticos, el año 2006 resultó muy positivo para el turismo en España. Los turistas italianos realizaron más de 3.360.000 viajes a nuestro país, lo que supone un incremento del 13,6% con respecto al año 2005.

2. Formato

Entre las comunidades españolas que ocuparon los casi 1.000 m² con que contó el stand de Turespaña se encontraba Andalucía. Dentro de este espacio la Costa del Sol dispuso de cinco mostradores donde también tuvieron cabida la decena de socios que acudieron al mayor encuentro turístico de Italia.

3. Desarrollo

Durante los dos primeros días de desarrollo de la ITB, que coincidió con los días profesionales, técnicos del Patronato de Turismo visitaron los distintos pabellones en los que se ubicaron los stands de los principales TT. OO. italianos que comercializan España y, concretamente, la Costa del Sol. Igualmente, pudimos observar que existen numerosos pequeños TT. OO. que también trabajan con la Costa del Sol, con los cuales también mantuvimos contacto.

Dentro del programa elaborado por Turespaña para su desarrollo durante la BIT, se incluyó una rueda de prensa ofrecida tanto a periodistas como a profesionales del sector turístico italiano. De nuestra asistencia a la mencionada rueda de prensa pudimos recabar importante información que más tarde ampliamos con nuestra presencia en una cena-presentación que el ente turístico español ofreció por la noche



no sólo a las instituciones, sino también a los participantes del sector turístico español allí presentes.

Como ponentes en la citada rueda de prensa, en representación de Turespaña, participaron la secretaria general del Turismo de España y el nuevo director del Instituto de Turismo en España, así como los directores de las Oficinas Españolas de Turismo de Milán y Roma.

Como resultado de los datos obtenidos, podemos mencionar que Italia es el cuarto país emisor en importancia para España tras Reino Unido, Alemania, y Francia.

A lo largo de 2006 se produjo un aumento en el número de turistas italianos que llegaron a nuestro país en comparación con cada uno de los meses del 2005, destacando los meses de marzo y abril con incrementos del 32% y 29% respectivamente. Así pues, observando las estadísticas de los meses invernales, se recogen cifras que arrojan incrementos de un mínimo del 20% con respecto a los meses de invierno de 2005, lo que indica una clara tendencia a la desestacionalización.

4. Conclusiones

Sólo añadir que uno de los valores y atractivos de España de cara a nuestra imagen en el mercado internacional, y concretamente en el italiano, es nuestra gastronomía.

ITB
7 – 11 marzo 2007. Berlín

1. Acción - objetivo

Nueva edición de la Feria Internacional de Turismo de Berlín que atrae la presencia de las principales instituciones y empresas del sector turístico de la Costa del Sol.

Durante los días profesionales de esta feria asistimos a foros, tomamos parte en ruedas de prensa y llevamos a cabo diversas entrevistas que nos permitieron hacer, teniendo en cuenta los datos recabados, una valoración generalizada de la situación del mercado alemán.

2. Formato

El formato seguido por la ITB este año, al igual que en ediciones pasadas, dedicó los primeros días exclusivamente para profesionales incluyendo la totalidad del viernes como día profesional y terminando con los últimos días del fin de semana para el público general.

Aproximadamente 150.000 m² de superficie se pusieron a disposición de los 10.923 expositores participantes en esta feria de turismo, la más importante a nivel mundial, de los cuales 8.465 fueron extranjeros y 2.458 alemanes.

En cuanto a los visitantes, se contabilizó un total de 177.154 personas durante el total de los días de duración de la feria, de los cuales 108.735 fueron visitantes profesionales.

Las fechas y horarios para la edición de 2008 serán: visitantes profesionales 5 al 9 de marzo de 10.00 a 18.00 horas y 8 al 9 de marzo en el mismo horario para público en general.

3. Desarrollo

El presidente de TUI Alemania, Volker Böttcher, señalaba un crecimiento global del 5% en todos sus destinos para el 2007, con un incremento del 40% en la península o un 10% en Canarias frente a un 50% en Turquía o el 9% de Egipto. En Baleares se aprecia un descenso del 5% de las reservas con respecto a 2006.

Peter Frankhauser, miembro de la Junta Directiva de Thomas Cook, nos ofreció cifras argumentando su reciente fusión con My Travel que, según indicó, por el momento le impedían contar con datos fiables. Sin embargo, reiteró su apuesta por los destinos españoles.

Esta cuestión también fue destacada por el responsable de la división de agencias de viajes del grupo Rewe, Reiner Hoffman, quién habló de un 2% de crecimiento global de los tres TT. OO. que lo componen. No obstante, en Canarias se quedaría en un 1%.

El propietario de Alltours, Willi Verhuven, destacó la fuerte tendencia general por la demanda de hoteles de 4 o más estrellas y del todo incluido que “se vende mucho mejor que las modalidades como la media pensión”. En este sentido, el Sr. Hoffmann alertó sobre la necesidad de aceptar las exigencias de la demanda junto con la moderación de los precios en destinos que tuvieron temporadas muy exitosas.

En cuanto a nuestra comunidad autónoma, podemos destacar que la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía destinaría 5,4 millones de euros al objeto de sostener el crecimiento del mercado alemán que se esperaba tuviese un comportamiento “excelente” y afianzara su recuperación en 2007.

La Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía reforzó la presencia de la marca “Andalucía” en el mercado turístico alemán mediante la puesta en marcha de una nueva oficina de promoción y un gabinete de comunicación. Estos dos nuevos instrumentos, incluidos en el Plan de Marketing 2007 para Alemania, “pretenden mejorar el conocimiento del mercado y canalizar la información del destino. La Oficina de Promoción funciona desde el 1 de febrero 2007 en Düsseldorf, mientras que el gabinete de comunicación lo formará cuatro personas y estará coordinado por Turismo Andaluz desde Málaga”.

El consejero de Turismo señaló que el mercado alemán es el que marca las tendencias turísticas en lo que se refiere al uso de las líneas aéreas de bajo coste y de Internet, la organización particular de viajes y la segmentación de los periodos vacacionales, por lo que subrayó el “esfuerzo inversor” que dedica la Consejería en este país en materia promocional y de marketing que suma 5,4 millones de euros en el actual ejercicio.

En concreto, el Plan de Marketing 2007 para Alemania incluía, además de la presencia del destino andaluz en la ITB, “diversas acciones novedosas como la celebración de la Semana de Andalucía en Munich, la organización de jornadas en Düsseldorf y Munich, la asistencia a ferias internacionales, así como colaboraciones con distintos TT. OO. o la puesta en marcha de campañas de comunicación”.

En este sentido, Turismo Andaluz tenía previsto asistir durante 2007 a 10 ferias internacionales celebradas en Alemania, siendo la más importante de ellas la ITB. El consejero explicó en rueda de prensa que los objetivos son consolidar a Andalucía como uno de los destinos más atractivos y posicionarlo como referente de calidad, potenciar la marca a través de la luz y el color como “elementos diferenciadores” de este destino, crear negocio y detectar nuevos hábitos de comportamiento.

Respecto a las previsiones para este año, el consejero avanzó que Andalucía registrará un “crecimiento moderado del mercado alemán” que, según precisó, “será incluso un poco mejor que la media española”. Indicó que la “solidez de la economía alemana favorecerá los flujos turísticos” y recordó que la Organización Mundial del

Turismo (OMT) estima que este país “mantendrá su liderazgo mundial como emisor, alcanzando los 153 millones de viajes en 2020”.

Finalmente subrayó el carácter estratégico de Alemania como segundo emisor extranjero de viajeros hacia Andalucía y ofreció los principales resultados de un estudio realizado por la Consejería sobre las tendencias turísticas en este país. Así, incidió en el “buen comportamiento” de 2006 con 1,1 millones de visitantes, lo que supone un 1,2% más, de los cuales 800.000 viajaron en avión siendo su estancia media de 11,5 días, produciéndose 4,2 millones de pernoctaciones (+5,5%). Entre otras conclusiones, el informe refleja que el 70% de los viajeros alemanes tienen como principal motivación para visitar Andalucía el clima, las playas y los monumentos, el 77% se aloja en hoteles y que su gasto medio es de 53,18 euros. Además, tres de cada diez alemanes que visitaron nuestra comunidad autónoma en 2005 repitieron en 2006 y la nota que otorgan al destino es de 7,6 puntos.

Andalucía es el tercer destino para los alemanes en España, por detrás de Baleares y Canarias. España es, a su vez, el tercero preferido por estos turistas para viajar tras Francia y Austria y por delante de Italia.

Estos datos convierten al mercado alemán en el segundo emisor extranjero de turistas hacia Andalucía y la tendencia es que experimente un crecimiento importante en los próximos años. La OMT prevé que en 2020 alcancen los 153 millones de viajes al exterior.

En el transcurso de la feria, técnicos del Patronato de Turismo mantuvieron reuniones con DRV, Air Berlin, Rewe Touristik, TUI, así como con los directores de las distintas OET's alemanas. Destacar la reunión mantenida con DRV (Asociación de Agentes de Viajes de Alemania) donde propusimos la candidatura de la Costa del Sol para acoger el 60º congreso de dicha asociación que tendrá lugar en 2010, candidatura que fue muy bien acogida por la presidencia de dicha asociación.

4. Conclusiones

Queremos destacar la valoración que realizaron los propios TT. OO. alemanes quienes vaticinaban una buena temporada para el 2007 con respecto a los destinos españoles a pesar del retraso de las reservas que tenían algunas zonas. A corto y medio plazo recomiendan a los hoteleros moderación en los precios dada la creciente recuperación de competidores como Turquía o Egipto. Según la información recabada, los cuatro principales TT. OO. insistieron en la necesidad de controlar el crecimiento de los precios en un panorama en el que España ya no cuenta con competidores debilitados.



Rheingolf 16 – 18 marzo 2007. Colonia

El Patronato de Turismo acudió a la IX edición de la feria Rheingolf celebrada en Colonia durante los días 16 al 18 de marzo, participando en el stand de la Real Federación Andaluza de Golf.

En esta feria se dieron cita más de 500 expositores procedentes de diferentes destinos, ofreciendo cada uno de ellos una completísima oferta de la industria del golf. En esta ocasión se contó con la asistencia de unos 26.000 visitantes consolidándose, un año más, como la feria líder en la industria de golf de Alemania.

La mayoría de las personas con las que mantuvimos contacto fueron clientes directos que se acercaron a nuestro stand. Algunos de ellos, desconocedores de nuestro destino, solicitaron información en general y, en particular, de la oferta de golf en la Costa del Sol-Costa del Golf. Los que ya conocían nuestra oferta se interesaron por la situación actual y, sobre todo, por los precios que ofrecen nuestros campos comparándolos con los campos de la Costa de Luz.

El próximo año la Rheingolf cumplirá 10 años, aniversario que se celebrará nuevamente en Colonia.

Sevatur
16 – 18 marzo 2007. San Sebastián

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó en la quinta edición del Salón de la Evasión y el Turismo (Sevatur) celebrado en la ciudad de San Sebastián, concretamente en el Palacio de Congresos Kursaal.

2. Formato

Se trata de una feria de carácter genérico que nos permite atender a numeroso público en general.

3. Desarrollo

Dentro del espacio contratado por Turismo Andaluz (100 m²), dispusimos de tres mostradores que, a su vez, compartimos con los Ayuntamientos de Málaga, Benalmádena, Torremolinos, Rincón de la Victoria, el hotel Guadalmina Spa & Golf Resort y la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental.

Desde este espacio tuvimos la oportunidad de contactar con numerosísimo público (la climatología ayudó a que la gente saliera a la calle) y así poderles informar sobre las características y atractivos de la Costa del Sol.

Destacar que, de entre todas las provincias andaluzas presentes, Málaga fue la que más municipios con presencia personal aportó al espacio de Andalucía.

Por otra parte, tuvimos ocasión de realizar una entrevista para el “Diario Vasco” y, además, La Sexta nos entrevistó para un programa especial sobre los destinos más visitados en Semana Santa en Andalucía y Cataluña. En dicha entrevista pudimos resaltar la infinidad de posibilidades que ofrece la Costa del Sol durante los días de Semana Santa.

El día de la inauguración fuimos invitados a una cena en una sidrería de Hernani, donde la organización nos brindó una magnífica demostración de la cultura del levantamiento de piedras y, por supuesto, de la gastronomía vasca. Al término de este acto y tras unas palabras de agradecimiento por parte del director de la feria, se celebró un sorteo de estancias que cedieron Galicia, Asturias, Cantabria, Castilla-León, Cataluña, Canarias y un parque de ocio llamado Senda Viva.



4. Conclusiones

Interesante encuentro con el público donostiarra que a pesar de la no cercanía y de la proximidad con otros destinos con sol y playa, gastronomía, cultura, etc. como las costas catalanas y levantinas, es un mercado muy interesado por Andalucía y buen conocedor de nuestra Costa del Sol.

No obstante, debemos reseñar que se notó un ligero descenso en el número de visitantes.

Ferantur
22 – 25 marzo 2007. Sevilla

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo asistió a la tercera edición de la Feria Andaluza de Turismo y Desarrollo Rural (Ferantur), especializada en el segmento rural-naturaleza, que tuvo lugar en Sevilla.

2. Formato

Se trata de una feria de carácter internacional dedicada al segmento rural-naturaleza en la que el Patronato de Turismo de la Costa del Sol estuvo ubicado, junto al resto de los Patronatos andaluces, en el espacio reservado por Turismo Andaluz (CENTIA).

El diseño, totalmente nuevo para esta edición, estaba compuesto por varias zonas bien diferenciadas, una la de mostradores y almacén, otra reservada para unos simuladores de bicicletas y de snow board en Sierra Nevada, así como una zona de artesanía.

3. Desarrollo

El stand del Patronato se ubicó en un lugar privilegiado dentro del espacio de contratado por Turismo Andaluz, por lo que pudimos aprovechar para dar amplia información del destino con especial referencia a la variada oferta de la provincia de Málaga en el segmento de turismo rural y de naturaleza.

La feria, con horario de 11.00 a 20.00 horas, albergó a más de 400 expositores procedentes de 12 comunidades autónomas españolas además de Italia, Polonia, Irlanda, Portugal y Marruecos. La asistencia de público rondó los números de ediciones anteriores, alrededor de 25.000 visitantes.

4. Conclusiones

El hecho de que la principal afluencia de turistas nacionales a la Costa del Sol provenga de la misma Andalucía, pone de manifiesto la idoneidad de esta feria que nos acerca más al cliente directo y de pequeñas “escapadas”.



STEPS 28 – 29 marzo 2007. Londres

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó en la que fue la séptima edición de la feria STEPS, celebrada en The Royal Lawrence Halls & Conference Center.

Se trata de una feria monográfica de carácter profesional dedicada a la promoción de España como destino turístico que, un año más, incluyó cuatro secciones de expositores: España en general, Cultural Tourism and Short Breaks, Golf in Spain y Meetings in Spain. Además contó, por segundo año consecutivo, con la sección Spain Online que se integró en el mismo espacio expositivo que el resto de secciones.

El Patronato de Turismo contó con tres mostradores ubicados en la sección España en general dentro del stand de Turismo Andaluz.

El objetivo principal de nuestra presencia en esta feria monotemática de España fue el dar a conocer a los agentes de viajes y TT. OO. británicos la amplia oferta que la Costa del Sol ofrece a sus visitantes.

2. Formato

El formato de esta feria es similar a cualquier otra de sus características. Además, previo a la feria y a través de una plataforma online, se concertaron citas con los representantes de empresas online presentes en la misma. De igual manera, otras empresas concertaron citas con el Patronato a través de dicha plataforma.

El horario de la feria, abierta exclusivamente a profesionales, fue de 10.00 a 18.00 horas. Por último, indicar que paralelamente a la feria se celebraron seminarios con diferentes ponencias.

3. Desarrollo

Un técnico del Patronato de Turismo se desplazó a Londres el martes 27 de marzo para gestionar la recogida de acreditaciones para los socios y disponer el material en los mostradores.

La feria se desarrolló con normalidad aunque, según comentarios de los socios que habían acudido en ocasiones anteriores así como el personal de Turismo Andaluz, la asistencia de profesionales fue muy escasa sobre todo el segundo día de feria en que la asistencia de éstos fue casi nula.

Las citas concertadas durante los dos días de feria fueron las siguientes:



- **Spain Online:** Onholiday Group, Somewhere2stay.com y Youtravel.com.
- **Otras citas:** Connect-Worldwide, BCT Travel, Booking.com, Expedia y SAGGA.

Señalar que se atendieron otras peticiones de información en el mismo mostrador de la feria.

4. Conclusiones

El nivel de asistencia fue muy escaso y varios de los socios que estuvieron presentes en esta edición se quejaron de la falta de afluencia de TT. OO. y agentes de viajes británicos.

Es posible que la huelga del personal de la Oficina Española de Turismo en Londres tuviera algo que ver aunque no estuviera directamente relacionado.



Scottish Golf Show 29 marzo – 3 abril 2007. Edimburgo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó en la segunda edición del Scottish Golf Show, celebrado en la ciudad de Edimburgo. Dicha feria de golf es la más importante de cuantas se celebran en Escocia dedicadas a este segmento y contó, según datos de la organización, con unos 15.000 visitantes y 150 expositores.

La Costa del Sol ha estado presente en las dos ediciones que se han celebrado hasta el momento. Las conclusiones extraídas han sido muy favorables. Y es que en este sentido es un hecho palpable que la Costa del Sol es el destino de golf más conocido por los escoceses fuera de Reino Unido.

El stand del Patronato de Turismo se ubicó dentro del espacio reservado por Turismo Andaluz. También participaron en esta feria la Real Federación Andaluza de Golf, a través de su Comité de Campos Comerciales, y el Patronato de Turismo de Almería, junto con empresas de nuestra provincia.

A lo largo de las diferentes jornadas del evento, se mantuvieron contactos con medios especializados así como con algunos TT. OO. y público en general. Se pudo constatar la favorable opinión que se tiene de nuestra zona junto con la necesidad de seguir actuando e intensificando la promoción en este importante mercado.

El número de campos de golf en Escocia asciende a 600. En lo que se refiere al número de licencias, éstas superan las 400.000. Por su parte, el ratio jugadores/campo está sobre los 670.

El mercado escocés está teniendo una evolución muy positiva en lo que respecta al incremento del número de participantes. Se ha pasado a tener una cuota de mercado de demanda en Europa del 5,4% en el año 1985 a un 7,8% en la actualidad. Para la Costa del Sol, los turistas de golf escoceses apenas suponen un 2% del total, aunque es un mercado en continua expansión y por lo tanto a tener en cuenta.



IMEX 17 – 19 abril 2007. Frankfurt

1. Acción - objetivo

Entre los días 17 y 19 de abril se celebró en Frankfurt la quinta edición de la Feria Mundial de Turismo de Reuniones, IMEX, feria mundial para viajes de reuniones e incentivos.

IMEX está enfocada únicamente al turismo de negocios y está dirigida, sobre todo, al mercado germano si bien están presentes delegaciones de otros muchos países a nivel mundial como Holanda, Reino Unido, Austria, Bélgica, Suiza, Italia, Países Nórdicos, Francia, EE. UU., Canadá, Australia, Singapur, etc.

Nuestro objetivo al asistir a esta feria fue el de promocionar tanto a la Costa del Sol como a nuestros asociados informando sobre las últimas novedades del destino: nuevos hoteles y reaperturas, venues, AVE Madrid-Málaga, ampliación del aeropuerto, nueva ronda de circunvalación, puerto de Málaga, nueva oferta museística, etc.

2. Formato

El formato es similar al de cualquier feria de estas características con la diferencia de que, además, se pueden concertar citas de compradores en los diferentes stands a través de la propia organización.

La Costa del Sol contó con dos mostradores en los que estuvieron presentes algunos de nuestros asociados. Asimismo, se contó con un mostrador dentro del stand de Turismo Andaluz.

3. Desarrollo

Hay que resaltar que es una de las ferias especializadas que mejor estaba funcionando hasta la fecha teniendo en cuenta la difícil situación mundial, la aparición de nuevos destinos competidores y el declive de las ferias como herramienta de promoción, de ahí que nos sorprendiera la poca afluencia de público en esta edición.

4. Conclusiones

Fue una de las ediciones más flojas, algo totalmente inesperado. Seguimos teniendo un importante problema de imagen basado en la contaminación urbanística y en la



percepción de la Costa del Sol como un destino de sol y playa, algo que afecta enormemente a nuestro sector.

El intercambio de opiniones tanto con compradores como con expositores nos alerta de la necesidad urgente de llevar a cabo una campaña de regeneración de imagen de la marca Costa del Sol. Debemos poner todos nuestros esfuerzos en que esto se lleve a cabo, lo cual supondrá un beneficio general para el destino y el segmento de congresos, convenciones e incentivos.

Feria de los Pueblos 19 – 22 abril 2007. Málaga

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo estuvo presente un año más en la Feria de los Pueblos, en su XI edición, un importante evento turístico que ha ido adquiriendo cada vez mayor éxito, no sólo por la cantidad de empresas e instituciones participantes sino también por la gran afluencia de público con la que cuenta edición tras edición.

2. Formato

Con un stand propio montado en colaboración con el Área de Recursos Locales de la Excm. Diputación Provincial de Málaga, atendimos a todas aquellas personas que se acercaron a conocer de forma general los atractivos de la provincia, representados con mayor profundidad en el resto de los stands donde la oferta se mostró por comarcas.

Celebrada en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, la entrada fue totalmente gratuita y permaneció abierta de 11.00 a 20.30 horas en horario continuado.

3. Desarrollo

La Feria de los Pueblos y Ciudades de Málaga es el mejor escaparate para mostrar las excelencias de nuestra tierra facilitando una red de promoción y comercialización hacia el exterior. En esta edición se apostó, además, por la sensibilización de la ciudadanía hacia la Seguridad Vial, a través del Primer Concurso Provincial de Seguridad Vial. Se puso también en valor la singularidad de nuestra gastronomía a través de las primeras jornadas gastronómicas “Málaga.es sabor”.

Como en ediciones anteriores, la feria se distribuyó especialmente en diferentes sectores que aglutinan lo más destacado de cada uno de los mismos en nuestra provincia y que son Diputación, Ayuntamientos y Participación Ciudadana.

Ya en el mes de marzo se puso en marcha una exposición itinerante que recorrió toda la provincia y que tuvo por objetivo invitar a la ciudadanía a participar en la Feria de los Pueblos. Otra actividad que se puso en marcha de forma paralela fue las fiestas singulares en el centro de la ciudad, cuya celebración ya tuvo mucho éxito el año pasado y que tuvo lugar el pasado día 14 de abril.

La muestra contó con 162 expositores que pudieron exhibir y promocionar toda su oferta gastronómica, cultural, turística y monumental. En este sentido, el stand del Patronato de Turismo contó con la afluencia de numerosos visitantes.



A lo largo de los cuatro días de feria, los asistentes pudieron disfrutar de exhibiciones culinarias y comerciales, dejándose constancia de lo mejor de la gastronomía, artesanía y turismo local. Además, se favoreció la comercialización de productos, aprovechando los miles de ciudadanos asistentes para comprar todo tipo de productos típicos como aceite, vino o diferentes obras de artesanía.

4. Conclusiones

El Patronato de Turismo realizó un balance muy positivo de su participación en esta feria donde se dieron cita todos los municipios de la provincia, registrándose un récord de participación de expositores y número de participantes, con más de 250.000 personas.

Por lo tanto, se cumplió con el objetivo primordial del evento, que no fue otro que la promoción del destino y de los diferentes municipios de la provincia a los numerosos visitantes que tuvo la muestra.



SITC 19 – 22 abril 2007. Barcelona

1. Acción - objetivo

Un año más el Patronato de Turismo de la Costa del Sol estuvo presente en el Salón Internacional de Turismo de Cataluña (SITC), al que acudió con el objetivo de mostrar la amplia oferta de nuestro destino turístico a los miles de visitantes que recibe esta feria cada año.

2. Formato

La feria se desarrolló en los pabellones 1, 2 y en la Plaza del Universo del Recinto Ferial de Montjuic 1.

El stand del Turismo Andaluz estuvo ubicado en la entrada al pabellón 1. Dentro de este espacio el Patronato de Turismo de la Costa del Sol contó con siete mostradores.

El horario fue de 10.00 a 20.00 horas.

3. Desarrollo

Además de un nutrido grupo de empresas asociadas, el Patronato de Turismo estuvo acompañado por representantes de los Ayuntamientos de Benalmádena, Marbella, Fuengirola, Mijas y Antequera así como por la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental.

En esta ocasión la situación de los mostradores era bastante buena ya que daban a dos pasillos, uno de ellos el central y el otro junto a la entrada del bar y los monitores para votar por La Alhambra como una de las siete maravillas del mundo. Por tanto el flujo de personas fue bastante bueno, tanto que el material se acabó a media mañana del domingo.

Durante el transcurso de la feria se mantuvieron contactos con diferentes agentes de viajes locales y profesionales asistentes de las cuales destacaremos la reunión mantenida con el gerente de AVE-RENFE, a quién planteamos la posible celebración en la Costa del Sol de la Asamblea de Ventas de RENFE, así como una serie de colaboraciones con la Jefatura de Ventas de Cataluña.



4. Conclusiones

Con resultado positivo en cuanto a la consecución de objetivos, es de destacar el aumento de profesionales asistentes lo que se refleja en posibilidades de captación de negocios.

En cuanto al stand se refiere, mejoró con respecto al año anterior en tanto en la zona expositiva como en la zona de almacén y el bar. En relación a los mostradores ocupados, tres más que en 2006, la situación fue inmejorable.



London Golf Show 26 – 29 abril 2007. Londres

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó durante los días 26 al 29 de abril en la feria especializada de golf más importante de Reino Unido que tuvo lugar en el recinto Excel de Londres.

La Costa del Sol dispuso de un espacio ubicado dentro del stand de Turismo Andaluz donde, además de nuestra provincia, acudieron los Patronatos de Huelva, Cádiz y Almería en representación de la oferta de golf de nuestra comunidad autónoma. Asimismo, contamos con la participación de algunos socios del Patronato.

El stand destacó por su diseño moderno, con una zona de mesas para poder trabajar los profesionales y por el atractivo de viejas fórmulas aplicadas años anteriores con notable éxito como la participación de un venenciador y un cortador de jamón que permitió que nuestro stand fuera de los más visitados durante los cuatro días que duró la feria.

Los dos primeros días estuvieron dedicados exclusivamente a profesionales y medios de comunicación y los dos restantes al público en general. Se contó con, aproximadamente, 35.000 asistentes.

En el transcurso de la feria se mantuvieron contactos con TT. OO. y medios especializados en golf a los que se les atendió en el stand y se les informó sobre todo lo relacionado con la Costa del Sol.



Mundo Abreu 28 – 29 abril 2007. Lisboa y Oporto

1. Acción - objetivo

Quinta edición en Lisboa de esta feria organizada por Viajes Abreu, principal mayorista de Portugal, que además se realiza de forma simultánea en Oporto, ya en su tercera edición.

El objetivo principal de nuestra presencia en esta feria no es otro que el mostrar a los posibles clientes portugueses el producto Costa del Sol de cara a la temporada de verano.

2. Formato

El formato es muy singular ya que además de un espacio expositivo a modo de feria, existe un área reservada con puntos de venta directa al cliente con distintas dimensiones y número de puntos de venta en Lisboa y Oporto.

3. Desarrollo

Con motivo de la feria, Viajes Abreu lanzó una campaña mediática de gran fuerza en ambas ciudades en los principales medios televisivos, radiofónicos y escritos del país, así como vallas publicitarias en metro, autobuses y farolas. Se podría decir que las ciudades estaban empapeladas con las ofertas que con motivo de esta feria ofrece esta mayorista.

En esta edición la organización superó todas sus expectativas volviendo a incrementar las cifras obtenidas el pasado año tanto en Lisboa como en Oporto, llegándose a atender a 6.000 y 3.000 personas respectivamente. Estas cifras quedaron patentes en las colas para entrar a los recintos que llegaron a alcanzar una espera media de tres horas.

El Patronato de Turismo asistió con un mostrador ubicado en el espacio reservado por Turismo Andaluz donde también estuvieron presentes los Patronatos de Sevilla y Cádiz y, en el caso de Lisboa, el de Huelva. La gran afluencia de público a la zona de expositores nos obligó a restringir los folletos a pesar de haber aumentado su número con respecto a la edición anterior. Se observó que el gran desconocimiento general de la situación geográfica de la Costa del Sol ya no es tan marcado como en años anteriores.

Asimismo, estuvieron presentes otros destinos turísticos como Baleares, Canarias, Cuba, Turquía, Madeira y los principales destinos turísticos portugueses, aunque la



gran mayoría de expositores fueron grupos y cadenas hoteleras internacionales así como compañías aéreas y rent a cars.

4. Conclusiones

La gran asistencia de público unido al interés mostrado por la Costa del Sol pone de manifiesto la idoneidad de esta acción en la que, debido al sistema de la feria, el visitante es el consumidor final que viene dispuesto a contratar sus vacaciones.

Para próximas ediciones sería interesante la participación de hoteleros de la Costa del Sol que podrían acudir tanto en el espacio reservado por el Patronato como en modulares propios que se podrían agrupar en un área determinada del recinto. De hecho, algunas de las cadenas hoteleras presentes tienen establecimientos en la Costa del Sol y sacan ofertas especiales para el evento.

Asimismo, en cuanto al material promocional se refiere, sería necesario volver a aumentar la cantidad a enviar. En este sentido, indicar que los nuevos folletos en portugués tuvieron una gran acogida.

Quizás también sería interesante, como Patronato de Turismo, el plantear alguna acción específica de cara al público.

Arabian Travel Market 1 – 4 mayo 2007. Dubai

1. Acción - objetivo

El principal motivo de incluir la asistencia a esta feria en el Plan de Acción 2007 del Patronato de Turismo no fue otro que el de mantener y abrir nuevos contactos con las agencias de viajes y mayoristas del mundo árabe, sobre todo de los países de los Emiratos Árabes (Arabia Saudita, Omán, Siria y Kuwait), ya que entendemos que tienen un gran potencial para nuestro destino.

Asimismo consideramos importante desarrollar una labor de RR. PP. con los medios de comunicación de aquel mercado.

2. Formato

Esta feria, organizada por Reed Exhibitions, se celebra anualmente en el Emirato de Dubai y representa el principal punto de encuentro para el sector turístico, no sólo de los Emiratos Árabes sino también de toda la zona del Golfo, contando con una presencia elevada de Arabia Saudita, Kuwait, Omán, Qatar, Siria, Líbano, etc. tanto a nivel expositores como de visitantes profesionales.

El Patronato de Turismo participó de la mano de Turismo Andaluz que contó con dos mostradores dentro del stand de Turespaña, coordinado por la Oficina Española de Turismo de Roma. Uno de le estos mostradores lo ocupó la Costa del Sol donde estuvimos acompañados por varios socios como Barceló Hoteles, hotel Don Carlos, Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental y el diario "La Opinión". Barceló Hoteles también contó con una presencia en el stand de Marbella Options de forma independiente del Patronato.

En el stand de Turespaña también estuvieron presentes Turismo Andaluz, Turismo de Barcelona y Ultramar Express.

3. Desarrollo

Los primeros días están dedicados exclusivamente a profesionales y el tercero para profesionales por la mañana y público por la tarde siendo este día la jornada más larga, de 10.00 a 20.00 horas (17.00 a 20.00 horas para el público). El último día, viernes, también está enfocado en el público en general siendo el horario de esta jornada de 16.00 a 21.00 horas por ser día festivo en Dubai.

El Patronato de Turismo se dedicó a atender el stand y el gran volumen de visitas de agentes de viajes que mostraron un elevado interés por nuestro destino. Cabe mencionar que el material enviado, en mayor cantidad que en años anteriores, se



acabó el tercer día de la feria. El material más solicitado fue DVD's y mapas de la Costa del Sol y Andalucía. En este sentido, comentar que agradecen que nuestros folletos estén traducidos al árabe.

Los profesionales que nos visitaron provenían de todos los países árabes destacando Arabia Saudita. El destino Marbella, como ya es habitual, fue el más solicitado y conocido por los profesionales árabes.

Hay que resaltar la fuerte demanda por contactar con agencias receptoras y, dada la ausencia de agencias de viajes socias en nuestro mostrador, se canalizó gran parte de estas peticiones por medio de las agencias presentes en el stand de Turespaña así como por la agencia Marbella Options. Se recomienda hacer eco de esta demanda y, de esta manera, animar a nuestras agencias socias a participar en este evento de cara a futuras ediciones de la feria.

Este mercado ofrece muchas posibilidades para aquellas agencias receptoras que pueden ofrecer hoteles de 4 y 5 estrellas o villas de alquiler durante los meses de verano, entendiendo que la estacionalidad de este mercado está compensada por su reducida sensibilidad al precio.

Asimismo, asistimos a la Fiesta de Bienvenida en el hotel Grand Hyatt que tuvo una gran afluencia de invitados.

España, y especialmente la Costa del Sol y Andalucía, tiene una oferta muy acertada para el perfil del cliente árabe ya que disfruta de una imagen muy favorable y tiene la ventaja de un vínculo importante con el mundo islámico. El inconveniente de la falta de vuelos sigue existiendo entre los Estados Árabes Unidos y España. De momento con Emirates sigue sin haber ningún vuelo a España pero sí lo hay con Qatar Airways de Doha a Madrid los domingos, lunes, miércoles y viernes.

4. Conclusiones

Este mercado es de interés para nuestro destino, sobre todo con respecto a los FIT's y al segmento MICE.

Hay que tener en cuenta que la estructura y distribución de nacionalidad de la población está bajo constantes cambios. La población autóctona representa sólo a un 18% del total mientras que el resto está formado por "expatriotas" de Asia, otros países árabes y Europa.

Por otro lado, la estructura de este mercado está muy fragmentada con muy pocos TT. OO. y muchas agencias independientes. Existe una gran demanda para agencias receptoras por lo que habría que fomentar la presencia de éstas en futuras ediciones de la ATM.

Naturalmente, hay que tener en mente la fuerte estacionalidad de este mercado pero, por otro lado, se trata de una demanda con un poder adquisitivo alto que puede permitirse pagar precios elevados. Esta demanda se centra en productos de 4 o 5 estrellas más el alquiler o compra de viviendas de lujo.

Feria de Muestras de Empresas Malagueñas
(Cadena Ser)
3 – 6 mayo 2007. Málaga

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo estuvo presente en la IX Edición de la Feria de Muestras de Empresas Malagueñas organizada por la Cadena Ser, que tuvo lugar en el Palacio de Ferias y Exposiciones de Málaga en horario de 11.00 a 21.00 horas, siendo la entrada totalmente gratuita.

2. Formato

Con un stand propio montado en colaboración con el Área de Recursos Locales de la Excm. Diputación Provincial de Málaga, atendimos a todas aquellas personas que se acercaron a conocer de forma general los atractivos de la provincia y que, a la vez, solicitaban información de lugares para visitar en un futuro próximo.

3. Desarrollo

El evento, en el que el Patronato participó con stand propio, estuvo patrocinado por la Excm. Diputación Provincial de Málaga y la entidad financiera Unicaja.

En dicha feria se dieron cita, entre otras, empresas de diferentes sectores como ocio, alimentación, construcción, carpintería, informática, hogar, etc., etc.

Según la organización, la muestra contó con 200 expositores que pudieron exhibir y promocionar toda la oferta de los sectores anteriormente citados.

El stand del Patronato de Turismo contó con una gran afluencia de visitantes. La información más solicitada fue mapas de la provincia y las guías temáticas que están colgadas en nuestra página web, así como las que de momento disponemos en papel.

4. Conclusiones

El Patronato de Turismo ha realizado un balance muy positivo de su participación en esta feria donde se dio cita un público mayoritariamente joven de Málaga y parte de la provincia, registrándose una participación de unas 200.000 visitantes. Esta muestra nos brindó la posibilidad de estar en contacto con el público malagueño, potencial visitante de nuestros municipios.



De este modo, podemos decir que hemos cumplido con el objetivo marcado al participar en este evento que fue el de promocionar nuestra provincia entre los numerosos visitantes que acudieron a esta feria.

Expovacaciones 10 – 13 mayo 2007. Bilbao

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo asistió a la 28 edición de Expovacaciones, celebrada en el Bilbao Exhibition Center. Se trata del mayor escaparate turístico del norte de España por lo que nuestro objetivo al acudir a esta cita turística no fue otro que mostrar al visitante la variada y extensa oferta turística de que dispone la Costa del Sol, habida cuenta de la importancia que para nosotros tiene el mercado nacional.

2. Formato

Dentro del espacio reservado por Turismo Andaluz, donde estuvo presente toda la oferta turística andaluza, dispusimos de siete mostradores desde donde atendimos la petición de asistencia de nuestros socios que mostraron la oferta turística costasoleña a un mercado que viene a representar el segundo de España en número de visitantes.

3. Desarrollo

Un año más, la representación costasoleña fue muy amplia. Los municipios que acompañaron al Patronato fueron: Mijas, Benalmádena, Torrox, Fuengirola, Marbella, Torremolinos, Vélez-Málaga, Nerja y Ronda. Asimismo acudieron la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental, el Área de Desarrollo Local de la Excm. Diputación Provincial de Málaga, el Club de Campo y Golf de Ronda y los hoteles Guadalmina Spa & Golf Resort y Holiday World.

4. Conclusiones

Inmejorable ocasión para tomar el pulso al mercado vasco. Durante el desarrollo de la feria se realizaron varias entrevistas en TeleBilbao y en el programa “El Reino de Javier”, así como una reunión con altos directivos de Vocento Mediatrader.

Recibimos la visita de Rhodasol-Turimar que aprovecharon para dar las gracias por las atenciones recibidas durante el fam-trip que realizaron a la Costa del Sol entre los días 2 y 3 de mayo.

Por todo ello, consideramos muy satisfactoria la presencia de la Costa del Sol en Expovacaciones.

Expomeeting 31 mayo – 1 junio. Málaga

1. Acción - objetivo

Durante los días 31 de mayo al 1 de junio tuvo lugar en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga la primera edición de Expomeeting, I Salón Ibérico del Turismo de Negocios. Esta feria, de carácter exclusivamente profesional, nace para dar cabida a los nuevos productos y servicios que presentan las diferentes empresas vinculadas al mundo de las reuniones profesionales y demás eventos corporativos.

Expomeeting, que nace con vocación de mantenerse en Málaga, pretende convertirse en un foro sobre las perspectivas de futuro de este segmento.

Nuestro objetivo al acudir a esta feria fue el de apoyar y promocionar la Costa del Sol e informar de las últimas novedades del destino: nuevos hoteles y reaperturas, venues, AVE Madrid-Málaga, ampliación del aeropuerto, nueva ronda de circunvalación, puerto de Málaga, oferta museística, etc.

2. Formato

El formato es similar a cualquier feria de estas características, contando con una agenda de citas concertadas por la propia organización.

3. Desarrollo

La Costa del Sol contó con un pequeño stand con mesa de trabajo en el que estuvieron presentes representantes del Convention Bureau y algunos de sus miembros asociados, principalmente hoteles de 4 y 5 estrellas y agencias.

Por otro lado, la entidad SITE España, integrada en la Society of Incentive and Travel Executives (SITE), única asociación profesional internacional que vincula en una red global a directivos de empresas de programas y viajes de incentivo, presentó en Expomeeting la celebración en Málaga del European Site Education and Networking Programme (ESNEP) que tendrá lugar en 2008.

4. Conclusiones

Esta primera edición resultó ser bastante floja. Durante los dos días que duró la feria visitaron el stand diversas agencias especializadas en la organización de eventos, reuniones, congresos e incentivos de Madrid y Barcelona, así como algún que otro laboratorio farmacéutico.

Eurocotat 7 – 10 junio 2007. Torremolinos

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo, al igual que el pasado año, colaboró activamente en la organización y celebración del Congreso y la Feria Internacional de la Confederación de Organizaciones Turísticas de América Latina (COTAL), celebrados en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Torremolinos durante los días 7 al 10 de junio de 2007.

En este sentido, la pretensión del Patronato no fue otra que ofrecer la mayor información posible sobre la provincia de Málaga y sus diferentes segmentos turísticos tanto a los participantes en ambos eventos, como a los muchos visitantes de la feria.

El objetivo básico del Patronato se basó en que los participantes y el sector privado turístico de los diferentes países presentes tuvieran el mayor conocimiento posible del destino Málaga y sus diferentes atractivos, entre otros la cultura y el patrimonio de nuestra provincia, eje esencial de esta feria que prevé su continuidad en los próximos años.

2. Formato

Además de las diferentes actividades programadas durante el congreso, como la elección de la Junta Directiva de COTAL y un importante número de conferencias, la feria dispuso de más de 5.000 m² de zona expositiva que albergaron 67 expositores y coexpositores.

Turismo Andaluz dispuso de un stand en el que estuvieron presentes los Patronatos de Turismo de Sevilla y la Costa del Sol.

3. Desarrollo

El Palacio de Congresos y Exposiciones de la Costa del Sol se convirtió en el escenario en el que 21 países, 18 de ellos latinoamericanos, mostraron su oferta de turismo cultural a distintos TT. OO. europeos.

Más de 800 agentes de viajes de países americanos de habla hispana, España, Portugal y el resto de Europa se dieron cita en este evento que contó durante los días de la feria con una masiva afluencia de público.

Tras el acto inaugural del congreso COTAL, el Patronato de Turismo junto a la Cámara de Comercio y el Ayuntamiento de Torremolinos, ofrecieron una fiesta de bienvenida para los congresistas asistentes consistente en una feria andaluza, que tuvo lugar en el recinto ferial de Torremolinos.



El sábado 9 de junio, la Consejería de Comercio, Turismo y Deporte, la Cámara de Comercio de Málaga, Unicaja y el Patronato de Turismo, ofrecieron una cena-espectáculo durante la cual se hizo entrega del galardón al “País Estrella 2007” a Bolivia, así como de diferentes placas de reconocimiento a los colaboradores. Dicho acto se celebró en el Auditorio Municipal “Príncipe de Asturias”.

4. Conclusiones

Éxito de este evento que ha de consolidarse en próximas ediciones.



101 Open de Francia de Golf 28 junio – 1 julio 2007. Versailles

Del 28 de junio al 1 de julio tuvo lugar en Saint-Quintin-en-Yvelines, en las proximidades de Versailles, la edición 101 del Open de Francia, un torneo clásico en el circuito europeo que ha repartido más de cuatro millones de premios entre los jugadores y que ha cumplido las expectativas de la organización en cuanto a asistencia de espectadores se refiere ya que fue multitudinaria.

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó en el espacio contrata por la Real Federación Andaluza de Golf dentro del stand de Turespaña, coordinado por la Oficina Española de Turismo de París. La demanda de información sobre la Costa del Sol fue muy numerosa llegando a agotar el material que llevamos para la ocasión.

Asimismo, el técnico del Patronato desplazado para cubrir este evento tuvo ocasión de entrevistarse con TT. OO. especializados en golf como Greens du Monde, Golfy, Tee Off, etc., etc., al objeto de conocer la situación del mercado francés en relación con la touroperación, cifras que se mantienen fuertes pese a la competencia de Internet, así como el buscar nuevas fórmulas para seguir atrayendo al cliente hacia los destinos que tienen en sus programas.

A la hora de viajar, Marruecos es el primer destino elegido por los franceses seguido de España. Dentro de nuestro país destaca Cataluña por su proximidad, siendo la Costa del Sol una zona muy apreciada y valorada aunque no lo suficientemente comercializada, teniendo en cuenta que Francia es uno de los cuatro principales países emisores de turismo de golf hacia Europa. Es por esto que habría que plantearse el realizar un mayor esfuerzo en cuanto a organizar diversas acciones dentro de un mismo ejercicio.

Hay que tener en cuenta la importancia de este mercado que cuenta con, aproximadamente, 400.000 jugadores federados y más de 600.000 practicantes en total (el doble que España), de los cuales el 29% son mujeres. Además, cuentan con más de 260 escuelas de golf.

Francia es el cuarto país de Europa en cuanto al número de practicantes de golf, detrás de Reino Unido, Suecia y Alemania, y el tercer país europeo en cuanto a la oferta de campos de golf se refiere con más de 560 campos, casi el doble que nuestro país.



Smurfit Kappa European Open 5 – 8 julio 2007. Dublín

Durante los días 5 y 8 de julio tuvo lugar en el campo de golf The “K” Club, situado en la localidad de Straffan (Kildare) a las afueras de Dublín, una nueva edición del Smurfit Open de Irlanda, el torneo más importante de este país dentro del calendario del European Tour.

El Patronato de Turismo participó junto a la Real Federación Andaluza de Golf dentro del stand de Turismo Andaluz desde donde presentó la oferta de la Costa del Sol como destino de golf.

El flujo de espectadores superó las expectativas. Prueba de ello es el primer día en el que contamos con la presencia de 45.000 espectadores que fueron invitados por Ulster Bank, uno de los patrocinadores del torneo. Asimismo, los últimos días el público también fue muy numeroso a pesar de las malas condiciones climatológicas que obligaron a suspender el último día de juego durante unas horas debido a la fuerte lluvia. El material informativo se distribuyó por completo y fueron numerosas las consultas sobre nuestro destino aún siendo muy conocido por este mercado.

Irlanda es el sexto país en cuanto a número de campos en Europa y una cuota de oferta del 6,9%. Cuenta con más de 250.000 jugadores siendo el quinto mercado para la Costa del Sol con una cuota del 6,7% del total de turistas de golf hacia nuestra zona.

Por tanto, es un mercado consolidado, gran conocedor de nuestra zona y en el que hay que continuar haciendo promoción de nuestro destino al estar su demanda interna en continua expansión.

FERCAM
18 – 22 julio 2007. Manzanares

1. Acción - objetivo

47 edición de la Feria del Campo y de Muestras de Manzanares que nació como exposición de maquinaria agrícola y que, debido a la gran afluencia de público, ha ido ampliando su oferta expositiva a lo largo de los años hasta el punto de crear hace más de dos décadas sendos pabellones especializados en muestras y turismo

El objetivo del Patronato de Turismo al estar presente en esta feria no fue otro que contactar con los principales TT. OO. presentes en la misma y mostrar al mercado castellano-manchego la amplia oferta de la provincia de Málaga.

2. Formato

Feria de muestras y venta directa al público que incluye una sección de turismo.

Debido a las altas temperaturas que se alcanzan en las fechas de celebración de la misma, el horario es partido siendo de 11.00 a 14.00 horas por la mañana y de 20.00 a 24.00 horas por la tarde-noche.

3. Desarrollo

La muestra cuenta con un recinto de 100.000 m² donde unos 220 expositores presentan una amplia gama de productos que van desde la oferta turística de los principales TT. OO. a maquinaria agrícola, pasando por la banca o la locomoción entre otros. El valor expuesto en la última edición asciende a más de 30 millones de euros (unos 5.000 millones de las antiguas pesetas), realizándose unas ventas por encima de los 6 millones de euros (1.000 millones de pesetas).

Como viene siendo habitual, el Patronato de Turismo acudió con stand propio (dos módulos) y estuvo acompañado por representantes de los Ayuntamientos de Rincón de la Victoria y Torremolinos, aunque éste último dispuso de un espacio propio al lado del Patronato.

La afluencia de visitantes superó las 100.000 personas provenientes de toda la comunidad castellano-manchega.



4. Conclusiones

El resultado obtenido fue menos positivo que en ediciones anteriores debido a que el número de expositores en el sector turismo disminuyó con respecto a años anteriores. No obstante, el público se acercaba en masa a los stands a partir de las 22.00 horas ya que antes había que pagar una entrada de acceso al recinto.

Los representantes de mayoristas también bajaron su representación en la feria estando presentes sólo seis de ellas: Travelplan, Mundicolor, Politours, Dahab Travel, Pullmantur y Europlayas.

El material promocional remitido por el Patronato fue suficiente para la cantidad de público asistente.

British Open de Golf 19 – 22 julio 2007. Carnoustie

Durante los días 19 al 22 de julio tuvo lugar una nueva edición del torneo de golf más importante del circuito europeo, incluido dentro de los llamados grandes a nivel mundial. Hay que recordar que se trata del torneo más antiguo del golf profesional y el de mayor solera de todos los circuitos mundiales, así como el que mayor expectación acarrea año tras año entre los aficionados al golf.

La edición de este año tuvo lugar en el campo escocés de Carnoustie y el número de espectadores asistentes, según fuentes de la organización, superó con creces los 150.000 espectadores a lo largo de todo el torneo.

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol estuvo presente en la zona comercial, dentro del stand de Turismo Andaluz, junto a representantes de otros Patronatos de Turismo de Andalucía y la Real Federación Andaluza de Golf. Entre los socios del Patronato de la Costa del Sol que acompañaron a éste se encontraban el hotel Guadalmina Spa & Golf Resort, Antequera Golf, hotel Almenara NH Sotogrande, Gran Hotel Elba Estepona, Alcaidesa Golf, Golf in Spain, Polacci Promotions y Viajes Celtic.

El día anterior al torneo, en el Piderman Golf & Leisure Resort, se celebró una jornada de convivencia entre la delegación andaluza y varios TT. OO. de golf de Reino Unido. Dicha jornada se inició con un desayuno, posterior torneo de golf para finalizar con un almuerzo al que acudieron todos los participantes.

El jueves 19 de julio, en una carpa de Hospitality, Turismo Andaluz organizó un almuerzo para la prensa y TT. OO. de golf de Reino Unido. Entre los presentes estaban Golf Options, Golf Med, Glencor Golf, Golf Amigos, Farways Abroad, BB Golf & Leisure Hoildays, etc., etc. Una vez acabado el almuerzo tuvo lugar el acto de entrega de premios a los ganadores del torneo del día anterior.

Técnicos del Patronato de Turismo mantuvieron reuniones con diferentes TT. OO. allí presentes así como con el presidente de IAGTO (Asociación Internacional de Tour Operadores de Golf) y diversos medios de comunicación. Se analizó la situación actual y las perspectivas de futuro para nuestra zona.

También se barajaron varias acciones que sería conveniente desarrollar para mantener y potencia el producto golf en la Costa del Sol. Por ello, se acordó para el mes de septiembre 2007 una visita a Andalucía del presidente de la IAGTO al objeto de mantener encuentros con el Patronato de Turismo, Turismo Andaluz, Real Federación Andaluza de Golf, así como con diferentes campos de golf.

En este sentido, no hay que olvidar que Reino Unido cuenta con 1.500.000 jugadores de golf. Existe un hábito generalizado de viajar fuera de su país de origen para jugar, sobre todo en invierno. Además, su poder adquisitivo es alto, con un gasto de bolsillo diario que asciende a 124 euros y un presupuesto total que ronda los 1.611 euros.



Nuestro mayor competidor en este mercado es el Algarve portugués. Aún así partimos de la base de que el jugador británico tiene una buena valoración de nuestro destino y demuestra una gran fidelidad continuada en el tiempo.

Como valor añadido para nuestro destino, hay que tener en cuenta que el mercado británico es el primero en importancia para la Costa del Sol.



Russian Open de Golf 2 – 5 agosto 2007. Moscú

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol estuvo presente un año más en el Russian Open de Golf, celebrado en Le Meridian Moscow Club entre los días 2 y 5 de agosto. Esta acción promocional se enmarca en la exploración de mercados emergentes y se hizo coincidir con unas jornadas de prensa organizadas por el propio Patronato.

La presencia del Patronato estuvo encuadrada dentro del stand de Turespaña, en la zona comercial habilitada al efecto. La edición de este año se vio deslucida por las inclemencias del tiempo que hicieron que el juego se tuviera que suspender en la segunda jornada del viernes para reanudarse al día siguiente, lo que incidió en la asistencia de espectadores que este año fue menor que la edición anterior.

El “Encuentro con la Prensa” tuvo lugar el día anterior en un restaurante de la capital moscovita al que asistieron, en lo que hace referencia al golf, medios especializados como “Golf Digest”. Se les hizo entrega de un dossier de prensa, merchandising de golf, así como la guía de golf de la Costa del Sol. Aprovechando el encuentro se sentaron las bases para la realización de un viaje de familiarización de periodistas de golf a nuestro destino el próximo año.

Con la Oficina Española de Turismo de Moscú, se acordó estudiar otros posibles caminos de un mayor acercamiento al mercado de golf ruso, que si no es de cantidad, sí lo es de gran calidad y con crecimiento sostenido en los últimos años. Para el incremento de la oferta de campos golf, existe la Federación de Golf de nuevos proyectos que es independiente de la Federación Rusa de Golf.

El interés por el aprendizaje de este deporte, con gran oferta de escuelas en nuestra zona y la conexión directa con Málaga, son aspectos favorables a tener en cuenta.

Escandinavia Masters de Golf 16 – 19 agosto 2007. Estocolmo

Durante los días 16 al 19 de agosto tuvo lugar este torneo de golf celebrado en el campo de Arlandastad Golf d Rosersberg de Estocolmo. Se trata del único que el circuito europeo tiene programado en los países escandinavos a lo largo del año, por lo que goza de una gran popularidad como lo demuestra el gran número de asistentes que en esta edición superó los 100.000 espectadores. Tras el British Open es el torneo de Europa que más público mueve.

El Patronato de Turismo participó junto a la Real Federación Andaluza de Golf dentro del stand de Turismo Andaluz, ubicado en la zona comercial, donde también estuvieron presentes varios socios como los hoteles Guadalmina Spa & Golf Resort, Los Monteros, Elba, Almenara Gol Hotel & Spa, así como Finca El Cortesín y Polacci Promotions. En esta zona se encontraban asimismo destinos de golf como Escocia, Irlanda, Italia y Portugal entre otros.

El stand, que fue visitado por numeroso público, contó como novedad en esta edición con un cortador de jamón que hizo las delicias de cuantos se acercaron a solicitar información. El último día del torneo, en el que contamos con la presencia del embajador de España en Suecia, se sorteó un juego de palos de golf.

Técnicos del Patronato mantuvieron reuniones con varios TT. OO. de golf al objeto de impulsar y cerrar detalles para el arranque del “I Sol Swidish Cup”, jornadas de familiarización entre los principales TT. OO. de golf de Suecia y el sector del golf de nuestra provincia, especialmente campos de golf. Estas jornadas, organizadas por el Patronato de Turismo, ya se están realizando en los mercados irlandés y danés y, en el caso de Suecia, contaremos con la participación y colaboración del embajador de España en Suecia y Turespaña a través de la Oficina Española de Turismo de Estocolmo.

Suecia es un gran mercado para el turismo de golf ya que cuenta con 800.000 jugadores siendo el segundo país de Europa en número de practicantes tras Reino Unido. Tienen costumbre de viajar para jugar en los meses de invierno a países de mejor climatología. Para la Costa del Sol el turismo procedente de Suecia supone algo más del 10% del total de jugadores que nos visitan.

Algunas de las características del perfil del jugador sueco son:

- **Edad.** Uno de cada dos tiene más de 50 años y una cuarta parte del total tiene más de 60 años.
- **Sexo.** Un 73% que visita la Costa del Sol son hombres frente al 27% que son mujeres.

- **Profesión.** Una tercera parte, 36%, son profesionales liberales seguidos por un 19% de jubilados.
- **Forma de viajar.** El 43% viaja en compañía de amigos seguido por un 18% que lo hace en parejas.
- **Tipo de alojamiento.** Un 31% utiliza casa o apartamento alquilado seguido por un 30% que utiliza hoteles de 4 estrellas. Es relevante mencionar que el 21,6%, es decir poco más de la quinta parte, dispone de una casa o apartamento en propiedad.
- **Medio de transporte.** El avión es el medio por excelencia con un 96% del total.
- **Forma de conocer el destino.** Por experiencia propia. Los dos tercios de los turistas suecos decidieron viajar a la Costa del Sol porque ya la conocían de años anteriores.
- **Duración de la estancia.** Como primera opción una semana con un 34%.
- **Valoración del destino golf.** Lo mejor la diversidad y mantenimiento de los campos y lo peor valorado los precios de los green fees y la accesibilidad a los campos.
- **Presupuesto.** El presupuesto medio de que dispone el turista sueco de golf asciende a 1.504 euros.
- **Destinos competidores.** Florida (EE. UU.), Alicante (España), Algarve (Portugal) y Francia.



Incentive Works Show 20 – 22 agosto 2007. Toronto

1. Acción - objetivo

Un año más el Patronato de Turismo de la Costa del Sol, a través de su Convention Bureau, asistió a la feria Incentive Works Show que tuvo lugar entre los días 20 y 22 de agosto en el Metro Toronto Convention Center, donde contamos con un mostrador dentro del stand de Turespaña.

Tradicionalmente la feria venía desarrollándose en un único día de jornada dirigido a corporates y casas de incentivos. Desde el pasado año, la feria transcurre durante dos días habiéndose ampliado la zona de influencia de los compradores a todo el territorio canadiense.

Esta acción promocional tuvo como objetivo mantener y fomentar nuevos contactos con casas de incentivos, corporates, empresas canadienses e intermediarios en general, además de fortalecer las cálidas relaciones con antiguos clientes del destino. Se han detectado algunas tendencias interesantes que demuestran aún más el crecimiento en el horizonte para el mercado canadiense como emisor para la Costa del Sol, especialmente ahora que el dólar canadiense está muy fuerte y mantiene un récord histórico. A pesar de esto y de que Canadá es un mercado con gran potencial para España y la Costa del Sol, contamos con un gran problema con las líneas aéreas. No existe conexión directa entre España y Canadá con una línea bandera y esto dificulta a las agencias canadienses el poder vender a sus clientes el destino España. Por otra parte el vuelo directo Montreal-Málaga, vía Barcelona, informó que ampliará los vuelos a 10 meses al año dejando de volar en diciembre y enero.

Paralelamente a la feria se llevó a cabo otra promoción muy interesante ya que volvimos a participar en el Annual CMITS Golf Tournament organizado por Carlson Wagonlit Canada. Este año esponsorizamos un hoyo, una estación de comida rápida y bebidas y, además, se organizó un equipo de golf entre técnicos de Paradores y del Convention Bureau, invitando además a dos buenos clientes (casas de incentivo) de Toronto.

2. Formato

La feria siguió la línea de años anteriores. Reseñar que en esta edición el número de compradores aumentó con respecto al año pasado y el interés de aquellos que nos visitaron fue elevado.

3. Desarrollo

Por segunda vez el Convention Bureau participó en el Torneo de Golf que tradicionalmente se viene celebrando la víspera de la feria en el Toronto Board of Trade en Woodbridge. Este torneo está organizado por Carlson Wagonlit Canada y cuenta con el patrocinio de grandes multinacionales de la industria MICE. El Convention Bureau de la Costa del Sol patrocinó el hoyo número 14 y un carrito de bebidas y comida. Acompañaron al Convention Bureau algunas empresas asociadas. Ultramar Express patrocinó su propio hoyo.

Sin duda fue un ejercicio de relaciones públicas que nos permitió iniciar contactos con intermediarios del sector. El Convention Bureau obsequió a cada uno de los jugadores con un detalle diseñado especialmente para esta acción.

4. Conclusiones

Dadas algunas circunstancias propicias para nosotros, como las económicas con la consolidación del dólar canadiense y la búsqueda de nuevos y diversos programas por parte de este mercado, se plantea una buena oportunidad para fomentar la actividad del mercado de reuniones e incentivos canadienses direccionado hacia nosotros y que potenciaría el desarrollo de la actividad de este sector a nuestro favor.

La demanda para programas más creativos se está levantando en Canadá, especialmente del DMC y de los intermediarios.

Una de las agencias que asistió a la II Gala de Reuniones de la Costa del Sol traerá a Marbella un grupo de 120 personas en febrero 2008.

Haciendo un balance de las tendencias en el mercado de turismo de reuniones, pudimos comprobar que éste está experimentando un auge importante en el sector automovilístico y farmacéutico en comparación con años pasados.

Los destinos principales en Europa con los que hasta ahora han trabajado más son Londres, Dublín y Portugal pero hay que resaltar que hemos encontrado un gran interés y expectativas ante el producto Costa del Sol. En cuanto a España se refiere, Barcelona sigue siendo el destino favorito y empieza a haber un gran interés también por Tenerife.

KLM Open Expo 23 – 26 agosto 2007. Zandvoort (Holanda)

Tal y como estaba previsto en el Plan de Acción para el 2007, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol asistió por primera vez al Campeonato de Golf de Holanda, patrocinado por la compañía KLM, que celebró su 88ª edición. Dicho torneo, que tuvo lugar en Kennemer Golf & Country Club de Zandvoort, está considerado el acontecimiento deportivo de golf más importante de cuantos se celebran en este país. Otras ediciones de este Open se ha celebrado en este mismo campo incluyendo el año 1989, año en que ganó el español José Mª Olazábal.

El Patronato de Turismo participó dentro del stand de Turismo Andaluz que contó con tres mostradores y una mesa de atención personal. Tanto este espacio como la decoración contratados fueron suficientes para atender a toda aquella persona que se acercó solicitando información. También estuvieron presentes la Real Federación Andaluza de Golf, hotel Guadalmina Spa & Golf Resort, Finca de Golf El Cortesín, Hotelux y Golf Novo Sancti Petri. La buena ubicación dentro del recinto de exposición, situado en el hall más cercano a la entrada al Open y dentro de ésta en un pasillo central haciendo esquina, unido a la proximidad de otras Oficinas de Turismo de España, Túnez, Marruecos y la Maison de la France, propició un mayor número de visitas tanto a la entrada como a la salida.

Destacar la organización de la feria cuya zona de Expo consistió en una carpa montada frente al driving range (zona de prácticas) del KLM Open.

Aunque no disponemos de cifras definitivas, según la organización del evento del 23 al 25 de agosto el número de visitantes fue de, aproximadamente, 35.000 personas y el día 26, final del torneo, alrededor de 15.000. Se observa una afluencia algo baja el primer día de exposición aumentando ésta cada día que avanzaba el Open.

El público que visitó la feria es de un nivel económico alto. El 95% de los visitantes a nuestro stand no sólo conocían nuestro destino sino que lo han visitado en más de una ocasión. En cuanto a los golfistas, tanto aficionados como profesionales, las zonas que más conocen son Costa del Sol, Costa de la Luz (Huelva) y Cádiz. Se trata de un turista experimentado que sabe muy bien lo que quiere y solicita una información muy específica. Viaja durante todo el año, principalmente de septiembre a mayo (desestacionalizando la demanda) y se aloja en hoteles de 4-5 estrellas. Además, muchos de ellos poseen una segunda residencia en nuestra provincia.

Desde Ámsterdam existen buenas conexiones aéreas con Málaga tanto en líneas regulares como de bajo coste, incluso con vuelos directos. Asimismo muchos holandeses vuelan a Faro (Portugal) y se desplazan a la Costa de la Luz (Huelva). Portugal es nuestro mayor competidor en el segmento golf en este mercado.



Holanda posee una población de 16 millones de habitantes, de los cuales 300.000 son golfistas federados y 150.000 sin federar. Por tanto, se trata de un país muy aficionado a este deporte por lo que hay que seguir promocionando la Costa del Sol como un gran destino de golf.

Los TT. OO. especializados en golf más importantes de Holanda estuvieron presentes como expositores en la KLM Expo. Con todos ellos tuvimos ocasión de reunirnos y tenderles nuestra mano para apoyarles en la comercialización de nuestro destino tanto con el envío de material informativo para sus clientes como con el ofrecimiento de imágenes para sus páginas web, o bien con la organización de visitas de familiarización a nuestra zona e, incluso, poniendo en marcha un “Sol Holanda Cup”, torneo similar al que el Patronato está organizando en otros países europeos.

Destacar que todos estos TT. OO. tienen la Costa del Sol en sus catálogos y en sus páginas web y, en general, todas la venden muy bien. Entre los contactos realizados destacaremos a PIN HIGH, el tour operador más importante y el que más golf vende en Holanda; Pro-Golf Reisen; Executive Golf Travel; Golf Time Travel y Fairway Golf.

En el transcurso de este evento nos propusieron participar en la feria Ámsterdam Golf que tendrá lugar en dicha ciudad del 14 al 16 de marzo 2008. Esta feria celebró su primera edición en 2007 y contó con un gran éxito de público, 11.000 visitantes, y se espera llegar a 14.000 en la edición de 2008 por lo que pensamos que sería interesante acudir a la misma. La Oficina Española de Turismo de La Haya ha manifestado su interés en asistir.

Por parte de todos los asistentes se valora muy positivamente la participación en el KLM Open Expo y se aconseja participar en próximas ediciones.



Omega European Masters 6 – 9 septiembre 2007. Trasmontana

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol estuvo presente en una nueva edición del Omega European Masters, torneo que tuvo lugar en Trasmontana (Suiza), al que acuden aficionados de todo el país y que un año más alcanzó los 50.000 espectadores a lo largo de los días que duró el campeonato.

Se trata de una cifra importante de asistentes, teniendo en cuenta además el alto nivel económico de los jugadores aficionados suizos. Existe entre federados y no federados unos 100.000 jugadores y la oferta de campos de golf en este país ronda el centenar.

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol, junto con la Real Federación Andaluza de Golf y el hotel Guadalmina Spa & Golf Resort, estuvo presente en el espacio asignado a Turismo Andaluz, integrado en el stand de Turespaña en el que a su vez, se encontraban otros destinos nacionales de golf como Cataluña y la Comunidad Valenciana con representantes de Valencia, Alicante y Castellón e Iberia Líneas Aéreas.

La ubicación del stand, la misma con la que acudimos todos los años, era inmejorable y nuestro mostrador se encontraba cerca de la entrada principal, frente al putting green (lugar donde los jugadores practican antes de comenzar sus rondas), lo que motivó que la aglomeración de público fuera constante y la visita al stand obligada. En este sentido, el stand de la Costa del Sol despertó un gran interés entre los asistentes.

La Costa del Sol es un destino conocido y valorado, con la ventaja de tener vuelos directos desde Málaga a Ginebra y Zurich, lo que permite a este mercado tener un potencial de crecimiento enorme.

IV Feria Internacional de Turismo Cultural 20 – 23 septiembre 2007. Málaga

1. Acción - objetivo

Celebrada en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, el comité organizador, como en años anteriores, se marcó como principal objetivo el de convertir esta feria en un centro activo de intercambio empresarial donde conseguir implicar al sector turístico andaluz. La idea es que tanto las agencias de viajes como los hoteleros utilicen el evento como una herramienta más para promover su negocio en temporada baja.

La colaboración conjunta de las instituciones implicadas (Turespaña, Turismo Andaluz, Ayuntamiento de Málaga, Cámara de Comercio, Patronato de Turismo de la Costa del Sol, etc.), consiguió acaparar el interés del sector profesional.

2. Formato

El formato se basa en el modelo habitual de feria, dedicando los dos primeros días a los profesionales y los dos últimos al público en general. El horario fue de 10.00 a 19.00 horas y de 11.00 a 20.00 horas durante el fin de semana.

Por cuarto año consecutivo, en colaboración con Turespaña y Turismo Andaluz, durante las jornadas del 20 y 21 de septiembre se celebró un workshop inverso entre la oferta y la demanda, cuya finalidad principal fue la de poner en contacto a los principales productos de turismo urbano y cultura de nuestro país con los operadores nacionales e internacionales especializados en este segmento.

Asistieron más de 70 operadores internacionales procedentes de 24 países diferentes y 16 operadores nacionales. Por parte de los vendedores participaron más de 50 representantes de instituciones públicas de promoción turística, agencias especializadas en turismo cultura y empresas diversas del sector turístico.

Además de los agentes de viajes seleccionados para el workshop, Turespaña invitó a periodistas y medios especializados en turismo cultural de distintos países con el fin de potenciar la propia feria y nuestro destino.

Por su parte, la Cámara de Comercio invitó a un grupo de aproximadamente 25 agentes internacionales especializados en turismo idiomático relacionados además con el segmento cultural que, junto a agentes locales de las escuelas de Málaga, participaron en las distintas jornadas de trabajo desarrolladas durante la feria.

Para los integrantes de los tres grupos (TT. OO., agencias de viajes y prensa), se organizó un completo programa social y turístico que incluyó una visita a la ciudad de Málaga así como un post tour coordinado por Turismo Andaluz con visitas a Córdoba

y Sevilla, para lo que se contó con la colaboración de los Patronatos de estas provincias.

Dentro del programa social, las cinco instituciones que integran la “Málaga de Picasso” organizaron una cena de bienvenida en la noche del día 20 de octubre bajo el formato de “Málaga de Picasso”. La misma tuvo lugar en los jardines del Parque de la Concepción a la que fueron invitados los agentes de viajes, medios de comunicación y representantes de las cinco instituciones contando, además, con la presencia de la viceconsejera de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía y con el propio alcalde de la ciudad. En total, la cifra de invitados sobrepasó los 200.

El acto dio comienzo con un recorrido por los jardines amenizado por varias actuaciones. Los invitados fueron recibidos a la entrada por unos mimos vestidos de época quienes iban guiándolos a través de los jardines hacia la zona del cocktail de bienvenida, haciendo tres paradas en el camino para ver las actuaciones ofrecidas: un acróbata vestido de arlequín, actuación de un cuadro flamenco y, finalmente, un pianista.

Durante el cocktail, que se ofreció en la zona de la Casa Palacio, se pasó a la presentación del acto del Patronato de Turismo y a las intervenciones de la viceconsejera de Turismo, Comercio y Deporte y del alcalde de Málaga.

Posteriormente, se proyectó el nuevo DVD de “Málaga de Picasso” para seguir con la cena que tuvo lugar en el cenador y que fue elaborada por Catering Cobos cuyo menú consistió en productos típicos de la gastronomía malagueña. Dicha cena fue amenizada por la actuación de un pianista.

3. Desarrollo

El Patronato de Turismo compartió stand con Turismo Andaluz y las restantes provincias andaluzas. Asimismo, nuestros socios tuvieron acceso a mostrar su material publicitario en nuestro stand donde contamos con una azafata bilingüe.

La feria ocupó una superficie de 6.519 m² brutos siendo el espacio utilizable de 2.308 m². Las cifras resultantes de la actividad de la cuarta edición de FITC ofrecen un aumento del 33% de profesionales y el 100% de público general. En total fueron 7.000 los visitantes que acudieron a la feria durante los cuatro días de duración de la misma. De éstos, 2.000 fueron profesionales y 5.000 público general. Estas cifras son similares a las del 2006.

Para esta cuarta edición la organización, dentro del propio espacio donde se celebraba la feria, habilitó una sala para la celebración de varias conferencias, jornadas y seminarios.

Con el objetivo de captar más visitantes la organización, en colaboración con el Ayuntamiento de Málaga y Turespaña, desarrolló varias actividades paralelas destinadas al público en general tanto en el seno de la feria como en el centro histórico de la ciudad: degustaciones gastronómicas, Festival de Baile Regional de



Málaga, talleres, certámenes de pintura y sorteo de viajes y de estancias en Hoteles con Encanto, actuaciones musicales en la ciudad, etc., etc.

4. Conclusiones

Los distintos organismos de promoción turística nacional e internacional siguen valorando el turismo de motivación cultural como una herramienta de gran valor para mejorar la calidad de los destinos, diversificar la oferta y desestacionalizar la llegada de visitantes. En este sentido, conviene resaltar el hecho de que esta feria está en total consonancia con las directrices dadas por las principales instituciones públicas de promoción (Turespaña, Turismo Andaluz, Patronato de Turismo de la Costa del Sol) respecto a la necesidad de promoción de productos específicos del segmento cultural para reducir la estacionalidad en zonas litorales y la necesidad de unir esfuerzos por parte de las propias instituciones para conseguir que la oferta cultural se convierta en un referente internacional.

Como conclusión, decir que es una feria que se está consolidando y se espera que pase a formar parte de los entes turísticos autonómicos, nacionales e internacionales. No existe ninguna otra feria en el territorio nacional e internacional que esté dedicada a un segmento tan importante dentro del turismo como es el cultural.



Top Resa 26 – 29 septiembre 2007. Deauville

1. Acción - objetivo

Presencia del Patronato de Turismo en la 29ª edición de la Feria Internacional de Turismo Top Resa, que tuvo lugar en Deauville durante los días 26 al 28 de septiembre, donde compartimos espacio con Turismo Andaluz dentro del stand que Turespaña contrata para todo el destino español.

2. Formato

La feria abre sus dos primeros días a los profesionales dedicando el último al público en general. El día 26 de septiembre tuvo lugar la inauguración oficial por parte del secretario de Estado para Consumo y Turismo, Luc Chatel.

En cuanto al número de visitantes, la feria recibió 15.000 personas y contó con 350 expositores que representaban a 1.300 marcas.

Este año fue el último en que Top Resa se celebraba en Deauville ya que a partir de 2008 la misma tendrá lugar en París, concretamente del 16 al 19 de septiembre.

3. Desarrollo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó en el espacio destinado a Turismo Andaluz contando con dos de los cuatro mostradores de los que disponía, siendo el espacio adecuado.

Además de Turismo Andaluz y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol también estuvieron presentes el Patronato de Turismo de Cádiz y los Ayuntamientos de Málaga, Torremolinos y Mijas.

En cuanto al sector empresarial de la Costa del Sol participaron: Vime Hotels Atlantic Club Campanario, Viajes Europalia, Gran Hotel Elba Estepona, hotel Los Monteros y Viajes Master Internacional (éste último con mesa propia).

Durante la feria tuvimos ocasión de contactar con los representantes de las asociaciones de agencias de viajes más importantes de Francia como Selectour, Manor y Tourcom, con idea de ofrecer la Costa del Sol como destino para sus futuras reuniones anuales.

Selectour se fundó en 1970 y es la primera asociación de agentes de viajes independientes y cuenta con 550 agencias asociadas. En 2007 fue elegida la mejor Asociación de Agentes de Viajes por los propios TT. OO. franceses.



En esta edición de Top Resa el Patronato participó en el sorteo que se realiza cada año ofreciendo una estancia en la Costa del Sol en colaboración con Air Europa y la cadena hotelera RIU.

4. Conclusiones

En cuanto a los datos más significativos del mercado francés, destacar que durante 2006 España fue uno de los destinos preferidos por los franceses con un total de 9.152.087 turistas, lo que supone un incremento del 3,30% con respecto a 2005.

El mercado francés mantiene su crecimiento, iniciado en 2005, tras dos años de caídas constantes. En el conjunto del año 2008 se recibió en España 9,2 millones de turistas franceses lo que supone un crecimiento del 3,1%. Hasta agosto de 2007 se produjo un crecimiento del 16% en lo que respecta a las visitas del turismo francés a la Costa del Sol.

Tierra Adentro
4 – 7 octubre 2007. Jaén

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó como en años anteriores en la VII Feria de Turismo de Interior de Andalucía, Tierra Adentro, que en esta ocasión se presentó bajo el eslogan “Otra forma de ver el turismo de interior y activo de Andalucía”.

Se trata de un evento consolidado que viene a reforzar la apuesta que el Patronato de Turismo viene realizando año tras año por este sector en nuestra provincia.

2. Formato

En una superficie de 100 m², junto al Área de Desarrollo Local de Diputación de Málaga, se expuso la oferta de que disponemos en el interior de la provincia. Tanto los grupos de desarrollo como algunas empresas asociadas nos acompañaron ofreciendo al público asistente toda la información que nos solicitaban sobre este segmento.

3. Desarrollo

El día 4 de octubre, a las 12.00 horas, tuvo lugar la inauguración oficial por parte del consejero de Comercio, Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Durante la misma jornada se llevó a cabo un workshop para compradores y vendedores de alojamientos de interior y turismo activo en el que se obtuvieron bastantes buenos resultados.

En la segunda jornada el turno del workshop fue para la oferta complementaria y turismo activo que también tuvo una estupenda acogida por parte de compradores y vendedores.

Simultáneamente a la feria se realizaron una serie de actividades en el exterior del recinto ferial. Concretamente unas jornadas gastronómicas, donde se ofreció la gran oferta gastronómica de toda la provincia, así como una importante muestra de empresas de turismo activo.

4. Conclusiones

En líneas generales, el resultado de la feria, las jornadas profesionales y las gastronómicas puede considerarse muy positivo tanto para los participantes de ambos



workshops como para los asistentes a las demostraciones gastronómicas, quienes mostraron un alto grado de satisfacción.

El número de visitantes a esta nueva edición de Tierra Adentro fue algo superior al de ediciones anteriores, quizás un poco mejor los primeros días debido a las jornadas profesionales.

Con carácter general, el público visitante mostró un especial interés por aspectos concretos de nuestra oferta.

Aratur
10 – 14 octubre 2007. Zaragoza

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol estuvo presente en la segunda edición del Salón Aragonés del Turismo en Zaragoza, con el objetivo de mostrar al público mañana las excelencias de nuestro destino ahora que el AVE nos va a acercar aún más.

2. Formato

La feria se desarrolló de forma simultánea a la Feria General de Muestras de Zaragoza que ocupó todo el recinto ferial a excepción del pabellón 3 donde se encontraba ubicada Aratur.

El stand del Patronato de Turismo, montado en colaboración con el Área de Desarrollo Local de la Diputación de Málaga, dispuso de 60 m² de planta contando con un diseño moderno con cuatro mostradores y una torre en la cual se ubicaron los logos del Patronato y de la Diputación, así como fotografías representativas del turismo interior y rural de nuestra provincia.

El horario de la feria fue de 11.30 a 20.30 horas.

3. Desarrollo

Además de algunas empresas asociadas al Patronato, en esta ocasión también estuvieron presentes representantes de los Ayuntamientos de Benalmádena, Benahavís, Estepona, Rincón de la Victoria, Torremolinos y Antequera así como de la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental.

La situación del stand fue bastante buena ya que se encontraba en el centro del pabellón y uno de los laterales daba al pasillo central, muy cercano a la puerta de acceso al pabellón.

La inauguración corrió a cargo de representantes de la corporación municipal de Zaragoza quienes agradecieron al Patronato el que un año más estuviera presente en esta feria como expositor ya que somos los únicos representantes de Andalucía que participan en el citado evento.

Debido a la cercanía de la Expo 2008, que se celebrará en la capital mañana, la organización de Aratur le dio una importancia especial a dicho evento y montó un stand de 120 m² dedicado al agua, temática de la Expo.



En cuanto al número de expositores y visitantes, hemos de decir que se han cumplido las expectativas con creces ya que ambos factores han crecido, sobre todo en lo tocante al público visitante.

4. Conclusiones

Con resultado positivo en cuanto a la consecución de objetivos, hemos de destacar la gran acogida que ha tenido entre el público la llegada del AVE a Málaga lo que unirá ambas capitales en unas cuatro horas, casi la mitad de tiempo que se emplea ahora.



MadridGolf 18 – 21 octubre 2007. Madrid

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó junto a Turismo Andaluz y la Real Federación Andaluza de Golf en la feria MadridGolf '07 que tuvo lugar en el recinto ferial Juan Carlos I (IFEMA) en Madrid.

Durante toda la feria hubo una gran afluencia de visitantes, alrededor de 12.000 personas, a quienes entregamos material promocional y, además, mantuvimos encuentros con distintos TT. OO. y medios de comunicación especializados que mostraron gran interés por nuestro destino.

MadridGolf es la única feria internacional de golf que actualmente tiene lugar en España, dedicando el primer día exclusivamente a los profesionales. En esta su segunda edición, contó con un espacio expositivo total de 10.800 m² reuniendo a más de 160 expositores y 250 marcas que representan a todos los subsectores del mundo del golf con el fin de ofrecer al visitante un espectro completo de todas las posibilidades que brinda ese apasionante deporte.

Es por esto que pudimos contemplar las principales propuestas del mundo del golf ya que en esta ocasión se presentaron nuevos productos y tecnología aplicada a este importante segmento, para completar la oferta sectorial disponible. También estuvieron representadas empresas que se dedican a diferentes sectores del golf, destinos de golf, escuelas, federaciones, organismos oficiales, ropa y moda, medios de comunicación, etc. Además, dentro del recinto ferial se contó con un espacio de ocio, un campo de prácticas para que los aficionados pudiesen ver la trayectoria del vuelo de su bola, así como Art-Golf, un espacio-galería con objetos de arte relacionados con este deporte y un largo etc.

Asimismo, se organizó un extenso programa de conferencias para profesionales que contó con el apoyo de la Real Federación Española de Golf, el Royal & Ancient Golf Club o St. Andrews, Área Verde y la Asociación Nacional de Greenkeepers. Destacar la asistencia de importantes ponentes tanto nacionales como internacionales y los encuentros sobre mantenimiento de campos de golf destinados, fundamentalmente, a los greenkeepers. Además, tuvo lugar una jornada sobre gestión de campos para agentes y directores para culminar con un importante conferencia dedicada al golf y al turismo.

ABAV
24 – 28 octubre 2007. Río de Janeiro

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol estuvo presente un año más en el Congreso Anual de la Asociación Brasileña de Agentes de Viajes compartiendo stand con Turismo Andaluz, dentro del espacio reservado pro la Oficina Española de Turismo de Sao Paulo.

2. Formato

La feria, que se desarrolla dentro del propio congreso, está exclusivamente dedicada a profesionales y a agentes de viajes procedentes de todo el mundo, en especial Latinoamérica y, sobre todo, Brasil.

El stand de Turespaña se encontraba muy bien situado, junto al stand de la compañía aérea Gol, prácticamente en el centro del pabellón 4. Contó con un espacio de 100 m² y la decoración fue monotemática dedicada a la celebración de la Expo Zaragoza 2008.

El horario de la feria fue de 13.00 a 19.30 horas.

3. Desarrollo

En esta ocasión, las empresas que acompañaron al Patronato de Turismo fueron las Escuelas de Español para Extranjeros con base en nuestra provincia, más concretamente AIFP, Deutsch Schule, Malaca Instituto el Colegio Maravillas.

La inauguración de la feria corrió a cargo de representantes de la corporación municipal de Río de Janeiro y por nuestro stand pasaron distintas personalidades, entre ellas el embajador de España en Brasil.

Mantuvimos diferentes encuentros con agencias brasileñas muy interesadas en la Costa del Sol como destino de congresos y viajes de alto standing como por ejemplo Zenithe Travel Club, agencia dedicada al turismo gastronómico.

Además, se cerró definitivamente un fam-trip que se desarrolló en la Costa del Sol durante el mes de noviembre 2007 formado por directores de agencias de viajes dedicadas al turismo de alto nivel.



4. Conclusiones

El resultado obtenido tanto en el transcurso de la feria como durante el congreso fue muy positivo.

En este país hay un alto número de personas de alto poder adquisitivo dispuestas a viajar. Sus destinos preferidos son Madrid y Barcelona aunque el gran número de establecimientos de 4 y 5 estrellas de que disponemos hacen que la Costa del Sol les sea cada vez más familiar y esto constituye un importante aliciente a la hora de viajar a nuestro destino.

TTW – “Málaga de Picasso” 25 – 26 octubre 2007. Montreux

1. Acción - objetivo

Presencia del Patronato de Turismo en la 32ª edición de la Feria Internacional de Turismo, TTW, que tuvo lugar en Montreux durante los días 25 y 26 de octubre, donde compartimos espacio con Turismo Andaluz dentro del stand que Turespaña monta para todo el destino español.

Este año, siguiendo el Plan de Acción, se planteó celebrar el evento “Málaga de Picasso” en Suiza, por lo que se decidió que la fecha y el lugar más apropiado sería durante la TTW de Montreux.

El objetivo de este evento es darla uso para la promoción de todos los segmentos turísticos que sirven de complemento al producto sol y playa. La intención es hacer más global la oferta turística de nuestra provincia con especial incidencia en la capital de Málaga, por ser la cuna de Picasso. En dicho proceso de consolidación ha resultado fundamental la actuación conjunta de las cinco instituciones firmantes.

2. Formato

La feria dedicó su primer día, denominado TTW Buscontact, a los autocaristas y los días restantes a los profesionales del sector. Contó con 6.733 visitantes profesionales, un 0,27% menos que en 2006. En cuanto al público en general, el 60% fueron de habla germana, el 25% de habla francesa y el 15% no suizos. Los expositores fueron 450, un 15% más que el año anterior.

En cuanto a la “Málaga de Picasso”, se desarrolló como en anteriores ocasiones. Comenzó con un taller de trabajo profesional entre la oferta y la demanda seguido de un cocktail así como una presentación audiovisual para finalizar con una cena-degustación amenizada con una actuación de flamenco inspirada en Picasso y en el cuadro “Las Señoritas de Avignon”.

3. Desarrollo

El Patronato de Turismo participó compartiendo stand con Turismo Andaluz, contando con dos de las cuatro mesas de las que disponía por lo que el espacio fue el adecuado.

Además de Turismo Andaluz y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol, también estuvieron presentes los Patronatos de Turismo de Cádiz y Córdoba y los Ayuntamientos de Marbella y Mijas. En cuanto al sector empresarial de la Costa del Sol, asistieron un total de 17 empresarios.

La noche del 24 de octubre un técnico del Patronato junto con varios empresarios, asistieron a la 15ª edición del evento Travel Star Awards organizado por la revista "Travel Incide". Este evento tuvo lugar en el Auditorio Stravinski del Montreux Music & Convention Centre, mismo escenario en el que se celebra el conocido Festival Internacional de Jazz. El acto en sí consiste en la entrega de premios con actuaciones musicales intercaladas con una duración de, aproximadamente, dos horas y está considerado como el "todo turístico suizo". Este año aportamos una pincelada de sabor andaluz gracias a la actuación del grupo flamenco "Bataná" que tuvo un gran éxito.

Por la tarde/noche del 25, dentro del acto de la "Málaga de Picasso", se organizó en el mismo recinto ferial un taller de trabajo profesional entre la oferta y la demanda al que asistieron 85 personas entre TT. OO. (26,32%), agencias de viajes (52,63%), autocaristas, compañías aéreas, instituciones y prensa. Este número de asistentes se consiguió con la colaboración de las Oficinas Españolas de Turismo de Ginebra y Zurich, a partir de una base de datos compuesta por 1.244 personas incluidos TT. OO.. agencias de viajes y prensa susceptible de ser captados para los actos previstos.

Seguidamente se ofreció un cocktail así como una presentación audiovisual denominada "Picasso vive aquí" que fue seguida de una cena-degustación de productos malagueños, presentada con un menú de cocina de diseño a cargo del chef malagueño José Carlos García (1 estrella Michelin) y un equipo de cuatro profesionales desplazados expresamente desde Málaga a tal efecto.

Del espectáculo final se encargó el grupo de baile "Bataná" que para esta promoción montó una coreografía especial dedicada a Picasso, concretamente al cuadro "Las Señoritas de Avignon".

El total de asistentes a la cena fue de 165 personas. El acto se celebró en el hotel Montreux Palace, uno de los hoteles más emblemáticos de la zona que fue construido en 1906.

Como apoyo general a esta acción, se confeccionó una serie de material promocional específico con diseño basado en la "Málaga de Picasso", así como varios displays.

4. Conclusiones

El turismo suizo ha aumentado considerablemente en los últimos años según podemos ver en las estadísticas de entrada de viajeros por el aeropuerto de Málaga. En 2006 se alcanzó el máximo histórico de entradas de turistas. El incremento de viajeros en 2006 en comparación con 2005 fue del 74,20% siendo el valor más alto de los últimos seis años. En 2007 nuestro destino se mantiene estable, alcanzando cifras similares a las del año pasado.

Destacar que Suiza tiene un mercado potencial de seis millones de personas y cuenta con la tercera renta per capita más alta de Europa, detrás de Noruega e Irlanda.



La mayor parte viaja sin paquete turístico (76%9 y se alojan preferentemente en hoteles (60%). El avión es el medio de transporte más usado (75%) y el colectivo por edades se sitúa entre los 25 y los 44 años (40%).

En cuanto a la satisfacción y fidelidad del destino, comentar que un 14% de los turistas suizos llegan a España por primera vez, el 85% repite visita y de ellos, el 36% ha visitado España 10 o más veces. En lo que se refiere al grado de satisfacción, el 79% muestra una satisfacción entre 8 y 10. En relación a los destinos españoles, la Costa del Sol se encuentra en cuarto lugar detrás de Barcelona, Madrid y Palma de Mallorca.

Para el mercado suizo los segmentos más importantes son: sol y playa (30%), cultura (30%), incentivos y reuniones (15%) y otros (25%).

En cuanto a la TTW como feria, comentar que según un artículo de redactor jefe de "Schweizertouristik.ch", la edición del 2007 no estuvo mal ya que se crearon posibilidades de negocio y se ofreció un variado programa de actividades, seminarios, etc., pero se plantea la posibilidad de cambiar el emplazamiento de la feria en un futuro próximo ya que para muchos Montreux está demasiado lejos para hacer el viaje en un solo día y las fechas no son las más apropiadas para estar fuera de lo oficina más de un día.

El evento "Málaga de Picasso" fue calificado como todo un éxito y además se ha extraído de él la posibilidad de que la Asociación de Agentes de Viajes Suizos celebre su congreso anual de 2009 en la Costa del Sol. En este sentido, las cuatro instituciones integrantes del convenio trabajarán conjuntamente para presentar a Málaga como candidata ya que esto supone una importante posibilidad de mostrar a la capital costasoleña como destino de city break y a la Costa del Sol como destino de golf y de turismo de salud entre otros segmentos. La Asociación de Agentes de Viajes Suizos no escoge nuestro país para la celebración de su congreso desde al año 2002.



Expotural 2 – 4 noviembre 2007. Madrid

1. Acción - objetivo

Tras dos años de ausencia, el Patronato de Turismo acudió a la XIII edición de la Feria Nacional de los Deportes de Nieve, la Montaña y sus destinos turísticos.

En el espacio reservado por Turismo Andaluz y bajo la representación del CENTIA, tratamos de mostrar al fiel público madrileño que bajo el nombre “Costa del Sol” existe una amplia oferta de deportes de alta montaña.

2. Formato

En esta ocasión la feria se desarrolló en el pabellón 8 del recinto ferial Juan Carlos I de IFEMA. Anteriormente se venía celebrando en el Palacio de Cristal de la Casa de Campo.

El stand de Turismo Andaluz se situó a la entrada por lo que era bastante visible por los visitantes. Dentro de este espacio, la Costa del Sol contó con un mostrador.

El horario fue de 11.00 a 20.00 horas

3. Desarrollo

La inauguración oficial, que tuvo lugar el día 2 de noviembre a las 12.30 horas, corrió a cargo del ministro de Turismo de Nepal, país invitado por la organización para darle un mayor carácter profesional a este evento.

Asimismo, este año la organización decidió habilitar un espacio de unos 800 m² (de los 8.700 m² disponibles) para la realización de una bolsa de contratación que tuvo muy buena acogida entre las empresas de turismo activo expositoras.

También se dispuso de una zona donde se instaló un rocódromo que acogió el Campeonato de España Juvenil de Escalada.

En esta cita turística se dieron cita 370 expositores y recibió alrededor de 60.000 visitantes.



4. Conclusiones

Siempre es importante estar presentes en eventos realizados en Madrid ya que es de sobra conocido que el turista de la capital es uno de los más fieles visitantes de nuestro destino.



Volvo Masters 7 – 10 noviembre 2008. Sotogrande

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol estuvo presente en la carpa que Turismo Andaluz monta en la zona expositiva comercial de este importante evento, concretamente en la zona del hoy 7.

Esta edición del Volvo Masters Andalucía, decimoquinta, cierra la temporada del circuito europeo profesional y supone un éxito promocional de amplio calado que vuelve a colocar la Costa del Sol-Costa del Golf como referente mundial en el segmento golf.

En esta ocasión, compitieron 66 jugadores entre los que se incluyeron los últimos cinco campeones del Volvo Masters, seis invitados y los jugadores que se encuentran entre el puesto número 1 y el 55 del Orden del Mérito Volvo. Este torneo, además de reunir a los mejores jugadores del ranking, está dotado de importantes premios que suman más de 3,1 millones de euros, siendo el primer premio de 522.366 euros, lo que lo sitúa en una de las primeras posiciones del circuito europeo tras el British Open, considerado como el mejor torneo. Los visitantes, en su mayoría de nacionalidad británica y española, dieron la nota predominante.

El segmento del turismo de golf es de gran importancia dentro de la actividad turística de la denominada Costa del Sol-Costa del Golf ya que ocupa el primer puesto a nivel nacional como destino turístico de golf. Dentro de los planes del Patronato de Turismo, ocupa un lugar destacado la participación en los grandes eventos nacionales e internacionales que tiene como centro promocional el golf.

Paralelamente al torneo se mantuvieron encuentros con medios de comunicación tanto nacionales como internacionales a los que se les facilitó todo tipo de información de nuestra zona, haciendo especial hincapié en las mejoras que continuamente se están produciendo y en los nuevos campos de golf.

La buena climatología habitual de la zona permitió que numeroso público acudiera a las diferentes jornadas del mismo, sobre todo durante el fin de semana.



World Travel Market 12 – 15 noviembre 2007. Londres

1. Acción - objetivo

Siguiendo con el Plan de Acción 2007, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó una año más en la que fue la 28 edición de la feria World Travel Market que se celebró en Londres del 12 al 15 de noviembre 2007.

El Patronato de Turismo estuvo presente dentro del stand de Turismo Andaluz que contó con algo más de 700 m² donde se habilitaron un total de 10 mostradores exclusivos para la Costa del Sol.

En la agenda preparada previamente para este evento, se incluyeron las siguientes citas: Aura Events, IFTO, AITO, Advantage Travel, ABTA, King Travel, My Travel, ITAA, World Chocie, TUI-Thomson y First Choice, entre otros.

Señalar que Travelmore TV, televisión interactiva de mayor audiencia del sector, entrevistó a la directora de Marketing Nacional del Patronato de Turismo y, además, se mantuvieron citas con varias empresas para cursos de formación online y marketing viral.

La participación en esta feria se debe al importantísimo interés que el mercado británico tiene para la Costa del Sol ya que se trata del primer mercado emisor extranjero para la provincia de Málaga y supone más de una tercera parte del total de visitantes que llegan a nuestro destino.

El principal objetivo de la asistencia de este Patronato a la WTM no fue otro que el analizar la situación actual del mercado británico en general y con respecto a la Costa del Sol en particular.

2. Formato

El formato de la feria cambió con respecto a años anteriores enfocando los dos primeros días a los profesionales de la industria, expositores, miembros del Meridian Club, a la prensa internacional e, incluso, a estudiantes de turismo. Otra de las novedades del formato es que el día 14 de noviembre fue el día del “Turismo Responsable” que incluyó eventos y seminarios dedicados a este tema.

Paralelamente se desarrollaron diversos seminarios entre los que destacan el presentado por el director de la Oficina Española de Turismo de Londres y la secretaria general de Turismo de Turespaña quién realizó una breve introducción sobre el estudio del mercado británico. Posteriormente tuvo lugar un debate con Manny Fontenla-Novoa de Thomas Cook en el que se analizó los cambios experimentados en el mercado emisor de Reino Unido.

3. Desarrollo

El desarrollo de la feria, como en años anteriores, transcurrió con toda normalidad teniendo la totalidad de las citas en la zona destinada a los encuentros profesionales dentro del stand de Andalucía, lo cual facilitó dichos encuentros al no tener que cambiar de ubicación entre cita y cita.

El stand estuvo atendido por técnicos del Patronato de Turismo a quienes acompañaron un centenar de socios que accedieron a esta feria.

4. Conclusiones

Destacar que el turismo británico, que representa el 28,4% del total de turistas, ocupa la segunda posición en cuanto a mercados emisores de turistas para la Costa del Sol tras el mercado nacional. Asimismo, indicar que Málaga es el destino elegido por uno de cada diez turistas que viajan a España. El 9,5% de los turistas alojados en establecimientos turísticos en España durante el 2006 se decantaron por Málaga.

En cuanto al formato, destacar que el último día de la feria no hubo casi participación por parte de los profesionales, sólo estudiantes y público general. Asimismo, al no haber demasiada presencia por parte de los participantes de la Costa del Sol en este último día de feria, se creó un efecto de vacío en un stand de tan grandes dimensiones como el de Andalucía. Para próximos años, tal vez habría que prevenir la sobre información expuesta en los mostradores del stand y ser más selectivos con la cantidad de material que se lleva a este evento tanto a nivel interno como para los socios, ya que tantos folletos llegan a confundir al público que se acerca a informarse sobre nuestro destino.

Técnicos del Patronato valoraron muy positivamente la participación en la WTM gracias a las citas concertadas y a la información obtenida sobre las tendencias y cambios del mercado británico.

Añadir que siguiendo la tradición de otros años, la OET de Londres celebró la “Noche de España” en la sala Hippodrome con actuaciones típicas de distintos destinos españoles. La embajada de España ofreció un cocktail en su sede y el Diario Sur también celebró su tradicional cena en Haberdasher’s Hall.



INTUR 22 – 25 noviembre 2007. Valladolid

1. Acción - objetivo

Durante estos días tuvo lugar la undécima edición de esta Feria Internacional de Turismo de Interior, encuentro que apostó nuevamente por su condición de foro en el que tienen cabida todas las actividades relacionadas con el desarrollo de este segmento de turismo.

INTUR es un buen escenario para la labor de profesionales del sector privado, organismos públicos y compradores. A lo largo de ediciones anteriores se ha detectado un alto grado de fidelidad de expositores y visitantes, lo que viene a confirmar la rentabilidad derivada de la participación en INTUR para empresas y entidades.

En el acto inaugural, la consejera de Cultura, Turismo y Deporte de Valladolid junto al presidente del Consorcio Ruta del Vino presentaron el plan de dinamización turística de la Ribera del Duero con el objetivo de convertir la zona en “Eje del Ecoturismo” a nivel internacional.

Uno de los objetivos principales de esta acción fue la de llevar todos los productos turísticos que nuestra provincia oferta tanto al público consumidor como a las agencias de Castilla y León.

2. Formato

Se trata de una feria en la que participan empresas privadas y organismos públicos que representan a todos los sectores implicados en la promoción y desarrollo del turismo de interior nacional e internacional, con unos 2.000 expositores repartidos en cuatro pabellones, alrededor de 700 más que en la edición de 2006.

De forma paralela a la celebración de INTUR se desarrolló la 6ª edición de INTUR Negocios, jornadas en las que se presentó una selección de la oferta comercializable tanto a nivel nacional como internacional. Las jornadas tuvieron lugar durante los días 22 y 23 de noviembre en horario de 11.00 a 13.30 horas y estuvieron organizadas por Feria de Valladolid en colaboración con la Dirección General de Turismo de la Junta de Castilla y León. Las mismas van cobrando cada vez un mayor impulso con la creciente participación de compradores nacionales e internacionales. La riqueza y diversidad de la oferta que se presentan en las mesas de trabajo en INTUR Negocio es un gran aliciente para los profesionales de la demanda turística como lo demuestra la gran cantidad de encuentros y entrevistas realizados en anteriores convocatorias así como en esta edición de 2007.



La oferta se presentó en unas 150 mesas de trabajo estructuradas en seis grupos: recursos turísticos, alojamientos, agencias de viaje, turismo rural y activo, congresos y servicios para el sector turístico.

Entre las propuestas más representativas estuvieron las de turismo de salud, ecoturismo, idiomático y cultural entre otros.

Como novedad en esta edición, se incluyó la convocatoria de INTUR Rural celebrada durante la jornada del sábado y cuyo objetivo fue ofrecer a los visitantes la posibilidad de contratar diferentes actividades en establecimientos ubicados en el medio rural (alojamientos, deportes, rutas, etc.).

Esta iniciativa se plantea como un aliciente más para los consumidores finales del producto turístico que en su visita a INTUR puede no sólo obtener información sino, además, concretar viajes y actividades. INTUR Rural sigue el modelo de trabajo de INTUR Negocios, es decir, poner en contacto a los representantes de la oferta y la demanda que en este caso es el usuario final, el viajero.

3. Desarrollo

La diversificación de la oferta es uno de los rasgos que ha caracterizado el turismo de interior y la coexistencia de propuestas. Las empresas privadas y las administraciones públicas de más de 16 comunidades autónomas españolas y una veintena de países mostraron a los visitantes una variada y completa oferta cultural, gastronómica y medioambiental.

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol acudió con 10 mostradores dentro del stand de Turismo Andaluz coordinado por CENTIA. En ese espacio destinado al Patronato, en el que se atendió con material informativo a los asistentes, estuvieron representantes de los Ayuntamientos de Málaga, Ronda, Rincón de la Victoria, Torremolinos, Benalmádena, Benahavís y Antequera así como de la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental, APTA y otras empresas asociadas al Patronato de Turismo.

Durante nuestra estancia en INTUR 2007 tuvimos la oportunidad de asistir a una serie de actos organizados con motivo de dicha feria entre los que destacamos los siguientes:

- Cena de trabajo que el Ayuntamiento de Málaga celebró el día 21 de noviembre en el hotel AC Palacio de Santa Ana con motivo de la presentación de la oferta turística de Málaga bajo el lema "Ahora más cerca de ti". A este acto acudieron representantes del sector turístico de Valladolid.

El acto fue presentado por Esperanza Rodríguez, conductora del programa "Tiempo de Viajar".

Asimismo, quedamos emplazados para futuras correspondencias con el fin de realizar acciones comunes a lo largo de 2008.

- Cena de Navidad de Agentes de Viajes de Valladolid celebrada el 22 de noviembre en el restaurante Los Zagales al que asistieron 100 agentes de viajes de la provincia con los que tuvimos oportunidad de departir a lo largo de la noche.

Al finalizar la cena se sorteó un fin de semana en la Costa del Sol por deferencia de este Patronato de Turismo.

- Presentación Lagun Air celebrada el 23 de noviembre que corrió a cargo del alcalde de Valladolid y la directora general de Lagun Air quién informó que desde el 5 de noviembre, esta compañía ha trasladado a 60.000 pasajeros en el aeropuerto de Valladolid, una base que quiere convertir en el principal mercado de la región hasta llegar a duplicar el número de viajeros en el 2008.

El objetivo de la compañía, de capital regional, es ampliar tanto el número de rutas como de frecuencias a todos los aeropuertos de la región (León, Salamanca y Valladolid que ya tienen vuelos directos a Málaga) y empezar a operar cuanto antes con el aeródromo de Burgos.

Ya en el cocktail, la directora general nos comentó la gran acogida que han tenido los vuelos con destino a Málaga con unas ocupación media de hasta el 75% en temporada baja.

Por nuestra parte hemos manifestado nuestro interés en mantener el protocolo de colaboración iniciado con la apertura de esta línea aérea en noviembre de 2006.

4. Conclusiones

El resultado de nuestra participación en esta feria fue muy positivo en cuanto a la consecución de objetivos. Es de destacar el aumento de asistentes a la feria (más de 42.000 personas) que distinguimos claramente por el flujo de personas y del material requerido por los mismos.

Expo Ocio
24 noviembre – 2 diciembre 2007. Madrid

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo participó en esta feria con el objetivo de mostrar la oferta de que dispone la Costa del Sol. Las fechas son inmejorables debido a la cercanía de la Navidad.

2. Formato

Feria de muestras que ocupa los pabellones 1, 3, 5 y 7 del recinto ferial Juan Carlos I. El Patronato de Turismo estuvo ubicado en el pabellón 5 dentro del espacio reservado por Turismo Andaluz (140 m²), coordinado por CENTIA. Dispusimos de dos mostradores que fueron ocupados por los socios que nos acompañaron.

En esta edición el stand mostraba una planta cuadrada, formando los mostradores dos medias lunas en los lados cortos del rectángulo y quedando los lados largos vacíos. Este espacio estuvo ocupado por los Patronatos de Turismo de Jaén, Córdoba, Cádiz y Sevilla. En el lado opuesto se ubicó la Asociación de Camping de Andalucía, CENTIA y este Patronato de Turismo así como un simulador de carreras de bicicletas de montaña y FADA (Federación de Artesanos de Andalucía) que vendían piezas que realizaban en el momento y otras que ya traían hechas.

Los almacenes estaban en el centro del rectángulo donde también se dispuso de dos despachos, uno de los cuales hubo que habilitarlo como almacén ya que era prácticamente imposible guardar tanto material en los almacenes.

También había un espacio disponible para la Asociación de Parques Naturales de Andalucía, la cual tenía una exposición y venta de productos autóctonos tales como miel, mermelada, jamón y todo tipo de chacinas.

3. Desarrollo

La feria, con horario ininterrumpido de 11.00 a 21.00 horas, fue inaugurada por la presidenta de la Comunidad de Madrid y distintas autoridades de la ciudad.

En el pabellón 7 se encontraban ubicadas las empresas de ocio y deportes de aventura. A lo largo del día se iban haciendo exhibiciones y los visitantes podían participar en ellas.

También tuvo lugar un torneo de mus organizado por Heraclio Fournier así como todo tipo de actividades enfocadas a los más pequeños.



4. Conclusiones

En los dos fines de semana que ocupó la feria asistió numerosísimo público, tanto que hubo que realizar un envío de material a mitad de la semana. El resto de los días la afluencia de público fue menor.



International Golf Travel Market 3 – 6 diciembre 2007. Cancún

El Patronato de Turismo estuvo presente en la décima edición de la IGTM (International Golf Travel Market), que tuvo lugar en la ciudad mexicana de Cancún. En el transcurso de esta feria, técnicos del Patronato llevaron a cabo encuentros con compradores (TT. OO. de golf) y expositores de diferentes países. Estas citas estaban previamente concertadas, fueron muy numerosas y han sido valoradas positivamente por el Patronato.

Dichos TT. OO. fueron informados de la oferta actual de nuestros campos de golf, nuevos proyectos de alojamientos hoteleros y las nuevas obras que se están llevando a cabo y que van a mejorar la oferta complementaria de nuestra provincia en general, como es el caso de la llegada del AVE (Málaga-Córdoba y Málaga-Madrid), también el atractivo del Museo Picasso y la ciudad de Málaga.

Es especialmente reseñable, en primer lugar, la gran cantidad de TT. OO. norteamericanos que solicitaron citas con los técnicos del Patronato de Turismo, así como el grado de conocimiento que la mayoría de ellos tienen de la existencia de la nueva línea aérea Nueva York-Málaga que será operada por Delta Airlines. Esta circunstancia nos hace tener muchas esperanzas en el auge que el mercado norteamericano de golf pueda ofrecer hacia la Costa del Sol.

Asimismo, se mantuvieron reuniones con TT. OO. de países como Canadá, Reino Unido, Suecia, Dinamarca, España, Holanda, Alemania, República Checa, Brasil, México y Argentina.

Hay que mencionar que, según nos informaron en el transcurso de esta feria, la XI edición de la IGTM volverá a tener su sede en Andalucía, concretamente en Marbella, donde se espera un número de participantes al menos igual que en la edición de 2006, en la cual se batieron todos los récords de asistentes entre compradores y vendedores.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU

JORNADAS PROFESIONALES



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

JORNADAS PROFESIONALES 2007

FECHA	EVENTO	PAIS/CIUDAD
9 al 11 enero	HAPPY NEW YEAR – HAPPY NEW ANDALUCÍA	Londres Dublín
12 al 16 enero	JORNADAS PROFESIONALES “ANDALUCÍA EN EE. UU.” (An Andalusian Affair)	Nueva York Filadelfia Nueva Jersey Long Island
8 al 11 febrero	CONFEC RED	Budapest
10 al 13 marzo	THE INTERNATIONAL MARKET PLACE	Nueva York
13 marzo	DÍA DE ESPAÑA	París
25 al 28 marzo	COSTA DEL SOL EN MARRUECOS	Casablanca Rabat Tánger
10 al 13 abril	JORNADAS PROFESIONALES “ANDALUCÍA EN ESPAÑA”	Valladolid León Oviedo Gijón
14, 24 y 26 abril	TURNEXO	Madrid Barcelona Bilbao
23 al 27 abril	JORNADAS PROFESIONALES FRANCIA	Toulouse Burdeos París
14 al 18 mayo	JORNADAS PROFESIONALES DE GOLF “ANDALUCÍA EN JAPÓN”	Osaka Tokio
21 al 24 mayo	JORNADAS PROFESIONALES “ANDALUCÍA EN ESPAÑA”	Bilbao Santander San Sebastián Pamplona
29 al 30 mayo	THE ANDALUCÍA GOLF CHALLENGE	Oxford
18 al 22 junio	JORNADAS DIRECTAS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TURESPAÑA	Corea del Sur Taiwán Japón
22 al 26 julio	JORNADAS PROFESIONALES “ANDALUCÍA EN LATINOAMÉRICA”	Buenos Aires Santiago de Chile Sao Paulo



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

JORNADAS PROFESIONALES 2007

FECHA	EVENTO	PAIS/CIUDAD
18 al 20 septiembre	JORNADAS PROFESIONALES "ANDALUCÍA EN PORTUGAL"	Oporto Coimbra Lisboa
22 al 29 septiembre	JORNADAS PROFESIONALES PAÍSES DEL ESTE	Varsovia Sofía Budapest
14 octubre	CONGRESO ELITE TRAVEL GROUP (WORKSHOP)	Jerez de la Frontera
16 octubre	MICE & BUSINESS TRAVEL FAIR	Ámsterdam
25 al 26 octubre	II JORNADAS TURISMO DE SALUD	Marbella
26 oct. al 2 nov.	JORNADAS PROFESIONALES TURESPAÑA EN INDIA	Goa Bombay Delhi
28 oct. al 2 nov.	JORNADAS PROFESIONALES EN RUSIA	Moscú San Petersburgo
31 octubre	3ª BOLSA DE COMERCIALIZACIÓN DE TURISMO DE GOLF DE ANDALUCÍA	El Ejido

Happy New Year – Happy New Andalucía 9 – 11 enero 2007. Londres y Dublín

1. Acción - objetivo

Presencia del Patronato de Turismo en la 26ª edición de las jornadas profesionales denominadas Happy New Year – Happy New Andalucía organizadas por Turismo Andaluz en Londres y, por primera vez, en Dublín.

2. Formato

Concretamente en Londres, las jornadas se celebraron en el hotel Meridien Picadilly los días 9 y 10 de enero. En el transcurso de dichas jornadas se organizó un workshop de 11.00 a 17.00 horas.

El 11 de enero el workshop tuvo lugar en el hotel Conrad de Dublín, el cual fue seguido por un cocktail y una cena amenizada por la actuación de un prestigioso cuadro flamenco.

En los workshops estuvieron presentes 33 empresas entre Patronatos, hoteles, agencias de viajes, líneas aéreas y asistieron alrededor de 120 personas en Londres y aproximadamente 80 en Dublín.

3. Desarrollo

Además de Turismo Andaluz y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol, asistieron como organismos de promoción los Patronatos de Turismo de Sevilla, Cádiz, Córdoba, Huelva y Almería.

En cuanto al sector empresarial, por parte de la Costa del Sol estuvieron presentes Insur Travel, Cititravel, Viajes ITB, hotel Las Dunas, Barceló Hoteles, Sol-Meliá, Guadalpín Hoteles y el hotel Selenza.

En relación al desarrollo del workshop, indicar que la afluencia de agentes de viajes, TT. OO. y periodistas fue aceptable. Destacar además que la gran mayoría de los que se acercaron a nuestra mesa en el transcurso del workshop preguntaron sobre las novedades de la Costa del Sol o por información general. En este sentido, comentar que se les iba orientando en función de sus peticiones haciendo especial hincapié en el Museo Picasso y en la oferta de turismo de interior que ofrece la Costa del Sol.

Su aprovechó este encuentro para mostrarles la página web del Patronato de Turismo (www.visitacostadelsol.com) al objeto de que conocieran el gran potencial que ofrece tanto a nivel informativo como en los servicios que les puede ofrecer.



En este sentido, señalar que estos profesionales quedaron gratamente sorprendidos con la cantidad de información contenida en nuestra página web sobre todo con la base de datos de imágenes. El capítulo de recursos turísticos también fue valorado muy positivamente.

En cuanto a la situación de los mercados británico e irlandés con respecto a España y Andalucía, destacamos lo siguiente:

- El mercado británico sigue siendo el más importante para la Costa del Sol con una entrada de 2.385.450 viajeros por el aeropuerto de Málaga a mes de noviembre de 2006, lo que significa que la situación se mantiene estable.
- EN cuanto al mercado irlandés, decir que a noviembre de 2006 experimentó un crecimiento del 15,82% en el número de entradas por el aeropuerto de Málaga. Esto es debido, entre otras cosas, a los vuelos de bajo coste diarios que existen entre Dublín y Málaga operados por Airlingus y desde Belfast operado por Easyjet.

4. Conclusiones

El Patronato de Turismo valoró de forma positiva la participación en estas jornadas ya que nos permitieron contactar con diferentes agentes de viajes, TT. OO. y medios de comunicación, a quienes dimos a conocer la variada oferta de la Costa del Sol. De igual manera se les mostró la gran cantidad de información que se puede obtener a través de nuestra web, que está a su servicio y al de sus clientes finales interesados en conocer el destino.

Asimismo, les presentamos todas las herramientas que la web pone a su disposición: Contact Center, bases de datos de imágenes y recursos turísticos, sala de vídeo, sala de prensa, boletines digitales, cesión de textos descriptivos, etc.



**Jornadas Profesionales “Andalucía en EE. UU.”
(An Andalusian Affair 2007)
12 – 16 enero 2007. Nueva York, Filadelfia, Nueva
Jersey y Long Island**

1. Acción - objetivo

Un técnico del Patronato de Turismo se desplazó a EE. UU. para participar en las jornadas profesionales organizadas por Turismo Andaluz en las ciudades de Nueva York, Filadelfia, Nueva Jersey y Long Island que tuvieron lugar del 12 al 16 de enero.

El objetivo fundamental de nuestra participación en dichas jornadas fue el de seguir estando presentes en un mercado que en las últimas temporadas ha tenido altibajos, con un gran descenso entre 2004 y 2005, y que se está recuperando con respecto al destinos Costa del Sol.

2. Formato

Las jornadas consistieron en visitas “inhouse” a agencias y workshops con almuerzo, cena o cocktail, según el caso, con agentes de viajes. Se realizaron workshops en las cuatro ciudades a los que fueron convocadas las asociaciones de agentes de viajes más importantes como MAPTA (Manhattan Association of Professional Travel Agents), AWTA (Association of Westchester Travel Agents), además de importantes agencias como Central Holidays, Spanish Heritage, Linden Travel, Altour, Pisa Brothers, Valery Wilson, Ovation, etc.

Además, la noche del miércoles 14 de febrero se ofreció una gala para agentes de viajes y medios de comunicación consistente en un cocktail y espectáculo flamenco con la actuación de Sara Baras. Dicho acto tuvo un gran éxito de asistencia.

3. Desarrollo

En relación al desarrollo de los workshops, indicar que la afluencia de agentes de viajes fue buena. La gran mayoría de los que se acercaron a nuestra mesa conocían la Costa del Sol y más concretamente Marbella y sus hoteles de 5 estrellas, pero no así Málaga como ciudad para visitar por lo que se les hizo especial hincapié en ello, sobre todo en el Museo Picasso. Además mostraron gran interés en la gastronomía, en el turismo activo, de cruceros y el golf por lo que se les iba orientado de manera personalizada en función de sus peticiones y se les recomendaba visitar nuestra página web.



4. Conclusiones

El Patronato de Turismo valoró de forma muy positiva la participación en estas jornadas ya que nos permitió contactara de forma directa con diferentes agentes de viajes y TT. OO. dándoles a conocer la variedad de la oferta que posee nuestro destino.

Por otra parte, indicar que tanto en las visitas “inhouse” como durante los workshops la mayoría de los profesionales demandaron folletos y sobre todo mapas de la zona.

Reseñar que sigue existiendo un gran desconocimiento por parte de estos profesionales en cuanto a la oferta de nuestro destino. Conocen la marca Costa del Sol relacionada con playa y hoteles de lujo pero hay que seguir desarrollando acciones que permitan transmitir todas las posibilidades de nuestra provincia.



Confec Red 8 – 11 febrero 2007. Budapest

Entre los días 8 al 11 de febrero el Patronato de Turismo acudió a Confec Red, un encuentro exclusivo con compradores de Reino Unido y vendedores de toda Europa. A nivel de compradores estuvieron presentes casas de incentivos, “venue finders” y corporates de distintos sectores industriales procedentes de todo el país.

Confec Red funciona con un sistema de citas comprador-vendedor durante dos días de trabajo en los cuales la organización garantiza al vendedor un número mínimo de 15 citas. Este programa permite, además, reforzar los contactos a través de diferentes actividades incluidas en el programa tipo teambuilding con compradores, networking, etc. Este tipo de encuentros nos permite conocer con mayor detalle el perfil del comprador, destinos preferenciales, tipo de clientes con los que trabaja, tipo de negocio que mueve, etc.

El Patronato de Turismo aprovechó esta oportunidad para informar a los contactos establecidos acerca de nuevos productos en el destino, mejora de las infraestructuras y los planes de expansión que atraviesa la provincia de Málaga. Por primera vez se asistió a este encuentro con profesionales MICE y el hotel Kempinski Bahía de Estepona también estuvo presente. Completando la oferta española estaban el Convention Bureau de Lanzarote y dos empresas hoteleras.

Los compradores son seleccionados mediante un riguroso proceso, lo que garantiza casi en un 80% un buen nivel de calidad de los mismos. Un 50% de los compradores con los que mantuvimos contacto son buenos conocedores del destino Costa del Sol aunque, si bien es cierto, mostraron un gran interés en conocer nuevos proyectos, “venues”, hoteles y “experiencias” nuevas. Sorprendentemente, un 20% de los contactos establecidos no conocían el destino a pesar de tratarse de clientes de un mercado tan consolidado como el de Reino Unido.

De cara a los compradores, Marbella sigue siendo el gran atractivo como destino de incentivos aunque Estepona y Sotogrande también son valorados muy positivamente.

El Patronato de Turismo, en colaboración con el hotel Kempinski Bahía de Estepona, Cititravel DMC y Turismo Andaluz, presentó la candidatura de la Costa del Sol para acoger Confec Rec en el 2008 compitiendo con Turquía, Alemania e Italia.

Reino Unido sigue siendo un mercado prioritario para la Costa del Sol en el segmento MICE. La oportunidad que nos brinda la organización de poder acoger en nuestra provincia a 75 compradores de Reino Unido y otros destinos europeos y proveedores MICE de diversa índole, nos obliga a trabajar conjuntamente en la mejor candidatura para ser escaparate de nuestros principales clientes de la flexibilidad del destino, creatividad y óptimas infraestructuras.

The International Market Place 10 – 13 marzo 2007. Nueva York

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo asistió por primera vez al International Market Place celebrado en Nueva York entre los días 10 al 13 de marzo. Se trata de un encuentro especializado en el segmento MICE con compradores americanos, tanto casas de incentivos como corporates de diferentes sectores industriales.

Esta acción nos permitió un encuentro directo con compradores, conocer el tipo de negocio que mueven, sus intereses en Europa y el perfil de sus clientes.

La Oficina Española de Turismo en Chicago asistió en representación de España. Asimismo estuvieron presentes el Convention Bureau de Barcelona, Hoteles Expo de España, Hesperia y el hotel Juan Carlos I de Barcelona.

2. Formato

Se trata de un encuentro con citas preestablecidas entre compradores americanos y proveedores de todo el mundo, principalmente Europa, Caribe y EE. UU. Los destinos Irlanda, Londres y Viena tuvieron una amplia representación en el evento.

La organización de la International Market Place ofrece a los proveedores y/o expositores un número determinado de citas con los compradores americanos. Dentro del programa del evento, la organización ofreció varias presentaciones, ponencias y charlas-coloquio que analizaron la realidad del segmento MICE en EE. UU., tendencias, motivaciones y cambios en la industria.

3. Desarrollo

Este encuentro se desarrolló entre los días 10 y 13 de marzo siguiendo un programa de citas con compradores así como actividades de networking con los clientes americanos.

El nivel de compradores fue bueno aunque, si bien se cierto, de las reuniones mantenidas se desprende que la gran parte del negocio que se lleva a cabo en EE. UU. alrededor del 40% mueven el negocio hacia Europa. Londres, Dublín, Viena y París junto con Barcelona se sitúa entre los destinos favoritos.

Según un estudio realizado por la consultora americana Marketing Challengers en una encuesta llevada a cabo entre 600 compradores americanos, se desprenden los siguientes datos:

- El 79% de los meetings planners consultados realizan eventos fuera del territorio americano.
- Un 60% organizan programas para empresas. Sólo un 4% trabaja con exclusividad el segmento de las asociaciones y sociedades.
- Los programas más demandados son incentivos, reuniones de directivos, programas de reciclaje/motivación, convenciones, ferias, exposiciones y eventos de marketing.
- La experiencia en el destino, el conocimiento del mismo y la relación calidad-precio son los valores más influyentes a la hora de elegir destino.
- El 80% de los meetings planners que deciden el destino son directivos.
- En el 60% de los casos, los primeros acercamientos del destino lo hacen a través de la figura del Convention Bureau.
- Las visitas de inspección seguidas de los artículos de prensa especializada son otras de las acciones más valoradas.

Para el 2007 las previsiones de crecimiento del mercado americano hacía Europa se situaba en torno al 6% con respecto a la temporada 2006, superando incluso a Canadá que se situó en la primera posición como destino MICE para el mercado norteamericano.

4. Conclusiones

Como destino valoramos positivamente la presencia de la Costa del Sol en este encuentro, otra cosa diferente sería la presencia de empresas privadas.

La tendencia del mercado nos conduce a estar presentes en este tipo de encuentros por encima de la presencia en ferias. En el mercado americano se detecta cierto desconocimiento del destino España en general y por extensión de la Costa del Sol, lo que hace necesaria una promoción coordinada desde Turespaña y Turismo andaluz así como desde el propio Patronato de Turismo.

Día de España en París 13 marzo 2007. París

1. Acción - objetivo

La Oficina Española de Turismo de París organizó, un año más, la jornada de comercialización denominada "Día de España" a la que fue convocada la oferta turística española en un encuentro profesional con el sector turístico de París.

En esta ocasión tuvo lugar el 13 de marzo en los salones del Grand Hotel Intercontinental situado en la Rue Scribe, muy cerca de la Ópera.

El objetivo de nuestra presencia en esta importante jornada fue el de aprovechar este encuentro con el sector turístico de París (agentes de viajes y prensa especializada), con el fin de presentarles nuestro destino e informarles sobre las últimas novedades de la Costa del Sol.

Entre los asistentes invitados figuraron TT. OO. generalistas y especialistas franceses interesados y que venden el destino España, agentes de viajes especializados en incentivos y congresos, así como diferentes empresas de transportes. También fueron invitados varios periodistas relacionados con la industria turística.

2. Formato

El formato fue el tradicional de esta jornada consistente en un workshop seguido de una cena, en esta ocasión servida, ambientada por un espectáculo flamenco.

La disposición y montaje de las mesas fue en forma de circuito a lo largo de varios salones contiguos separados por comunidades, obligando así a los asistentes a pasar por todas las salas.

3. Desarrollo

La jornada dio comienzo a las 18.30 horas con el workshop que se prolongó hasta las 21.30 horas. Tanto los agentes de viajes como los profesionales franceses, como en ocasiones anteriores, acudieron en multitud llegando a más de 400 personas provenientes de París y su zona de influencia.

Seguidamente se ofreció una cena servida en un salón del mismo hotel, ofrecida por la OET de París, que estuvo amenizada por un espectáculo flamenco.

Por parte de los expositores hubo una numerosa representación de todas las comunidades españolas. Por parte de Andalucía, además de Turismo Andaluz, estuvieron presentes representantes de todos los Patronatos andaluces.



4. Conclusiones

Consideramos muy interesante nuestra participación ya que nos ofrece la oportunidad de poder contactar en una sola jornada con todos los agentes de viajes franceses interesados en nuestro destino.

Costa del Sol en Marruecos 25 – 28 marzo 2007. Casablanca, Rabat y Tánger

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol realizó durante los días 25 al 28 de marzo la primera promoción turística en el vecino Marruecos, concretamente en las ciudades de Casablanca, Rabat y Tánger, donde estuvimos acompañados por una quincena de empresarios malagueños del sector turístico.

Consistió en un acto que incluyó unas jornadas profesionales, seguidas por una presentación, una cena y un espectáculo flamenco a cargo del grupo Diquela.

El objetivo de estas jornadas impulsadas por el Patronato de Turismo no fue otro que el dar a conocer la oferta turística de la Costa del Sol y nuestras amplias posibilidades como un destino de primer orden a los agentes de viajes y representantes de TT. OO. que venden nuestro destino en el país vecino. Es decir, tratar de aprovechar la proximidad y los lazos que unen a ambos países para potenciar las relaciones comerciales y avanzar en la promoción de la Costa del Sol en este mercado emergente.

Cerca de un centenar de agentes de viajes acudieron a la primera de las jornadas profesionales celebrada en el hotel Rivoli de la ciudad de Casablanca. También estuvieron presentes casi una quincena de medios de comunicación con seis directores de importantes publicaciones.

El evento comenzó con un workshop que se prolongó a petición de los numerosos empresarios presentes en el mismo, tras lo cual tuvo lugar una presentación del destino y la proyección de un vídeo creado especialmente para la ocasión centrado en aspectos culturales, gastronómicos y el folclóricos de nuestra provincia.

El acto continuó con la degustación de una cena y la puesta en escena de un espectáculo flamenco a cargo del grupo Diquela. Seguidamente, el presidente del Patronato de Turismo se dirigió a los asistentes agradeciendo la respuesta de los empresarios del sector turístico de aquel país.

En la segunda jornada celebrada en Rabat, capital económica y administrativa del país, contamos con la presencia del cónsul general de España en Rabat, el vicepresidente del Consejo Regional de Turismo de Rabat, así como un centenar de agentes de viajes y medios de comunicación marroquíes y también algunos medios españoles acreditados en esta ciudad.

El evento tuvo el mismo formato que en la jornada anterior y comenzó con un workshop tras el cual tuvo lugar una presentación del destino y la proyección de un vídeo, así como una cena y la puesta en marcha de un espectáculo flamenco.

El vicepresidente del Consejo Regional de Turismo de Rabat insistió ante nuestro presidente en el establecimiento futuro de líneas de colaboración y formación con la



Costa del Sol ya que a su juicio somos un destino turístico de primer orden y un ejemplo en cuanto a promoción turística y a formación de personal se refiere. En este sentido, señaló una profunda admiración por el modo en el que se ha desarrollado la industria turística en la Costa del Sol.

Tánger fue la última etapa de esta promoción donde los diversos actos se llevaron a cabo en el hotel Omni Puerto. En esta ocasión la afluencia de agentes de viajes fue inferior a la registrada en las dos ocasiones anteriores, habida cuenta de la menor densidad poblacional de la ciudad del norte de Marruecos. Aún así se registró la presencia de más de 50 agentes de viajes y una docena de representantes de los medios de comunicación, entre ellos varios directores y redactores jefes.

Tras la jornada de trabajo se llevó a cabo la presentación del destino Costadle Sol con la proyección de un audiovisual e hizo uso de la palabra nuestro presidente para hacer referencia a la promoción realizada y las posibilidades de colaboración entre Marruecos y la Costa del Sol así como al crecimiento del número de turistas marroquíes hacia nuestro destino turístico.

Intervino a continuación el cónsul general de España en Tánger quién felicitó al Patronato de Turismo por esta iniciativa y se refirió al estrecho de Gibraltar como la calle del agua y a la proximidad de ambas orillas, haciendo votos por el estrechamiento de relaciones por parte de la Costa del Sol y Marruecos.

Finalmente intervino el presidente del CRT Tánger-Tetuán, equivalente a la Consejería de Turismo andaluza, incidiendo en la importancia de la acción realizada por el Patronato, *“que es una institución –dijo- de la que podemos aprender mucho, por su bien hacer y la solera y el prestigio con que cuenta”*. Aludió a que se había dado un importante paso en aras a la promoción turística de la Costa del Sol y destacó que gracias al Patronato de Turismo se abrían una serie de posibilidades beneficiosas para ambas partes.

Todas las intervenciones fueron muy aplaudidas, tras lo cual se celebró una cena que culminó con la actuación del grupo flamenco.

El Patronato de Turismo ha valorado muy positivamente esta primera toma de contacto con el país vecino que nos permitió potenciar las relaciones comerciales y avanzar en la promoción de la Costa del Sol en este mercado emergente y que, además, nos permitió sentar las bases para futuras promociones.

Jornadas Profesionales “Andalucía en España” 10 – 13 abril 2007. Valladolid, León, Oviedo y Gijón

Siguiendo la andadura iniciada en 2005, Turismo Andaluz programó dentro de su Plan de Acción para el presente año una serie de jornadas profesionales que bajo la denominación “Andalucía en España” recorrió diversas ciudades de la península ibérica durante 2007.

El objetivo principal de esta acción era el de contactar con prensa local y agentes de viajes de los lugares visitados para dar a conocer las últimas novedades del producto Costa del Sol de forma directa.

Dichas jornadas se basan en la celebración de un encuentro en formato de workshop para agentes de viajes, seguido por una cena y espectáculo.

A estas jornadas son invitadas empresas costasoleñas, por lo que en esta ocasión estuvimos acompañados por los hoteles AGH Estepona, Guadalmina Spa & Golf Resort, Atalaya Park, Holiday World, Flatotel Internacional, Torrequebrada, Elba Estepona Thalasso & Spa y GSM Hoteles.

Los encuentros se celebraron en la fecha y lugar que a continuación indicamos:

- **Valladolid – 10 de abril.** Celebrada en el hotel Palacio de Santa Ana. Los asistentes se mostraron encantados con la colección de las guías temáticas y se nos instó a realizar una específica sobre callejeros/mapas de los principales municipios turísticos.
- **León – 11 de abril.** Celebrada en el Parador Hostal de San Marcos. Los agentes de viajes asistentes se interesaron por el sector de reuniones y congresos, quedando muchos de ellos sorprendidos por la amplia oferta de nuestra provincia.
- **Oviedo – 12 de abril.** Celebrada en el hotel La Reconquista. Aquí resaltaremos la gran demanda sobre turismo de salud como complemento al segmento golf.
- **Gijón – 13 de abril.** Celebrada en el hotel Begoña Park. Los agentes de viajes asistentes mostraron especial interés por el turismo vacacional.

En general, y aunque la tendencia del turista castellano-asturiano es la de desplazarse en coche debido sobre todo a las malas conexiones aéreas, se puso de manifiesto el incremento de “escapadas de fin de semana” al sur peninsular gracias a la puesta en marcha de vuelos directos desde Valladolid y Asturias.

Turnexo
19, 24 y 26 abril 2007. Madrid, Barcelona y Bilbao

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo asistió a la novena edición de esta salón en el que tienen lugar una serie de encuentros profesionales organizados por el Grupo NEXO, que pretenden dar a conocer la oferta de los mayoristas y proveedores de cara a la temporada de verano. En esta ocasión se desarrollaron en las ciudades de Madrid, Barcelona y Bilbao.

Nuestro principal objetivo al acudir a los mismos no fue otro que el mostrar a los agentes de viajes la oferta de la Costa del Sol, así como dar a conocer de primera mano las opiniones y destinos de los principales TT. OO. con presencia en España.

2. Formato

El formato de esta jornada profesional es a modo de workshop en el que cada expositor dispone de un stand modular, a decorar por el propio expositor. Cada uno de ellos estaba provisto de una mesa con tres sillas y un mostrador para exponer el material promocional.

La participación en el workshop conlleva la publicación de un artículo de la Costa del Sol en el periódico turístico "Nexotur".

3. Desarrollo

- **Madrid – 19 de abril.** Celebrado en el hotel Meliá Castilla. La participación de agentes de viajes en esta edición siguió la línea del año pasado, es decir, bastante buena. Los asistentes mostraron gran interés en tener nuestras guías profesionales, sobre todo las de hoteles y turismo rural que en breve serán editadas en papel.
- **Barcelona – 24 de abril.** Celebrado en el hotel Barceló Sants, la asistencia de profesionales fue muy buena superando, incluso, la del año anterior. Mantuvimos una reunión informal con RENFE al objeto de preparar futuras colaboraciones y recibimos la felicitación de un representante del Grupo Cybas por la reciente celebración de su asamblea en Estepona.
- **Bilbao – 26 de abril.** Celebrado en el hotel Ercilla, la asistencia fue buena y aprovechamos la visita para reunirnos con una representante de Rhodasol-Turimar en Bilbao y rematar algunos detalles sobre el fam-trip en la Costa del Sol en mayo de 2007.



En cuanto a la tónica general de los tres encuentros, decir que durante las primeras horas se produjo la visita de bastantes agentes de viajes, aumentando el número a eso de las 13.00 horas coincidiendo con el cierre de las agencias y con un cocktail ofrecido por la organización y el hotel.

A partir de las 16.00 horas el salón quedaba bastante tranquilo.

4. Conclusiones

Debido a la buena afluencia de público en los tres encuentros, se cumplieron las expectativas creadas. Tanto en Madrid, Barcelona como Bilbao se mantuvieron contactos muy interesantes de los que esperamos obtener resultados de cara a un futuro cercano.

Jornadas Profesionales Francia 23 – 27 abril 2007. Toulouse, Burdeos y París

1. Acción - objetivo

Atendiendo a la convocatoria de Turismo Andaluz, este Patronato de Turismo participó en unas jornadas profesionales que tuvieron lugar en Francia del 23 al 27 de abril.

Las ciudades en las que se desarrollaron dichas jornadas fueron Toulouse, el 24 de abril en el Palacio de Congresos; Burdeos, el 24 de abril en el hotel Sofitel Bordeaux Aquitania y, por último, en París el día 26 en el hotel Intercontinental-Le Grand Hotel.

El objetivo marcado tanto por Turismo Andaluz como por este Patronato con la participación en estas jornadas no fue otro que el de contactar con los principales representantes del sector turístico de cada ciudad (agentes de viajes y TT. OO.) y aprovechar nuestra presencia para ofrecer las últimas novedades de nuestro destino. En definitiva, facilitar el contacto entre los empresarios e instituciones andaluzas con los intermediarios franceses.

2. Formato

Las jornadas se desarrollaron mediante el formato tradicional de taller de trabajo (workshop), seguido de un cocktail-cena con presentación de Andalucía y espectáculo flamenco. La convocatoria para el taller fue hecha a la misma hora en las tres ciudades, 18.30, con una duración de dos horas para pasar a la cena a las 20.30 horas.

Entre los más de 30 componentes que formaban la delegación andaluza se encontraban representantes de todos los Patronatos de Turismo, además de varias agencias de viajes y hoteleros de distintas provincias de Andalucía. Por parte de la Costa del Sol participaron el Ayuntamiento de Málaga, los hoteles Meliá Costa del Sol, Guadalmina Spa & Golf Resort, Los Monteros, Cervantes, Torrequebrada, Atalaya Park, NH Almenara, así como las agencias Rural Andaluz, Viajes Serhs, Andalucía Auténtica y Técnica Incentives.

3. Desarrollo

Las jornadas dieron comienzo a las 18.30 con el workshop que se prolongó hasta las 20.30 horas para, a continuación, degustar una cena servida y finalizar con un espectáculo flamenco a cargo de una prestigiosa compañía de Cádiz.

Tal y como estaba programado, y tras una reunión de coordinación prevista a las 17.00 horas, el martes 24 por la tarde dio comienzo la primera sesión de trabajo a la



que acudieron alrededor de 50 agentes de viajes de la zona de influencia de Toulouse. A las 21.30 horas todos los asistentes pasaron a otro salón donde se ofreció una cena. Durante el transcurso de la misma se proyectó un DVD sobre Andalucía para terminar con un espectáculo flamenco de cante y baile que fue muy aplaudido.

La jornada del miércoles 25 en Burdeos siguió el mismo perfil de programa que la del día anterior contando con la asistencia de unos 40 profesionales. Por último, el 26 de abril la delegación andaluza se trasladó a París donde más de 150 agentes de viajes de dicha ciudad y su zona de influencia acudieron al acto que se celebró en los salones del hotel Intercontinental-Le Grand Hotel.

4. Conclusiones

El Patronato de Turismo valora de forma positiva su participación en estas jornadas ya que nos permitió contactar con diferentes agentes de viajes y TT. OO. a quienes se les dio a conocer la variada oferta que posee nuestro destino. De la misma forma, se les informó que a través de nuestra página web pueden acceder a gran cantidad de información que está a su servicio y al de sus clientes finales interesados en visitar la Costa del Sol.

En este sentido, señalara que las peticiones de información por parte de estos profesionales son cada vez más específicas y que es fundamental que podamos darles ese soporte informativo siempre y cuando lo necesiten.

Como última apreciación, indicar que por parte de algunos de estos profesionales existe un desconocimiento en cuanto a la oferta real de nuestro destino se refiere. La marca Costa del Sol se sigue vinculando con un lugar de sol y playa por lo que hay que seguir desarrollando acciones que permitan un correcto posicionamiento del destino en la mente de los profesionales y consumidores finales.

Jornadas Profesionales de Golf “Andalucía en Japón” 14 – 18 mayo 2007. Osaka y Tokio

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó en las Jornadas de Promoción Turística “Andalucía en Japón”, organizadas por Turismo Andaluz en colaboración con la Oficina Española de Turismo de Tokio. También estuvieron presentes la Asociación Hispano Japonesa de Turismo, la Real Federación Andaluza de Golf, Paradores de Turismo y otros Patronatos de Andalucía.

Dichas jornadas, celebradas en las ciudades de Osaka y Tokio, se desarrollaron como sigue:

- **15 de junio – Osaka.** Workshop celebrado en el hotel Hilton al que acudieron TT. OO. y agentes de viajes de esta ciudad. El acto estuvo precedido por una bienvenida y un seminario profesional.

En Osaka, tercera ciudad en importancia de Japón, se establecieron contactos e intercambios de información no sólo durante las sesiones de trabajo sino también en la cena que tuvo lugar para finalizar con los actos programados en dicha ciudad.

- **17 de junio – Tokio.** Bajo el mismo formato que en Osaka, el workshop tuvo lugar en el restaurante Conde Ogasawara, en cuyos jardines se degustó la cena.

Como culminación a esta promoción, el 18 de mayo en el campo de golf Tokio Yomiuri Country, tuvo lugar un torneo de golf y una jornada de convivencia que contó con la participación de TT. OO. y agentes de viajes japoneses.

Los profesionales del sector turístico japonés mostraron un enorme interés por la oferta andaluza. El ritmo de trabajo fue muy bueno y prueba de ello es que se agotó todo el material promocional e informativo que aportamos.

Una cuestión importante a tener en cuenta es la fortaleza del euro frente al yen, cuestión que limita bastante la proyección turística. Asimismo, se estima oportuno que la oferta de golf se combinase con el turismo cultural.

Jornadas Profesionales “Andalucía en España”
21 – 24 mayo 2007. Bilbao, Santander, San Sebastián
y Pamplona

1. Acción - objetivo

Siguiendo con la acción denominada “Andalucía en España” organizada por Turismo Andaluz, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol acudió a la tercera edición de dichas jornadas programadas para el presente año.

El principal objetivo de esta acción fue el de contactar con prensa local y agentes de viajes de las diferentes ciudades visitadas para dar a conocer las últimas novedades del producto Costa del Sol de forma directa.

2. Formato

Siguiendo la línea de promoción de años anteriores, se celebra un encuentro con formato de workshop para agentes de viajes, seguido de una cena y espectáculo representativo andaluz.

Como en ediciones anteriores, se invitaron a empresas costasoleñas, un total de seis, a participar en estas jornadas cuya cuota de inscripción es de 150 euros. Esto incluye los traslados en autobús desde la primera ciudad hasta la última, base de datos de invitados y asistentes, asistencia al taller de trabajo y a las cenas posteriores.

3. Desarrollo

Durante las dos primeras horas nos ubicamos, junto a las empresas de la Costa del Sol que nos acompañaban, en una mesa identificada con un display de la provincia desde donde facilitamos información de nuestro destino a todos los agentes de viajes asistentes.

Posteriormente tuvo lugar una cena seguida de la actuación de la chirigota “Juan Palomez”, ganadora de la final del Concurso de Chirigotas del Carnaval de Cádiz 2005 y 2007.

En todas las ciudades el menú, consistente en diferentes platos de la gastronomía andaluza, fue ofrecido por un restaurante de Granada.

Las empresas que acompañaron al Patronato en esta ocasión fueron los hoteles Elba Estepona, Torrequebrada, Holiday World, Coral Beach, Guadalpín, Guadalmina Spa & Golf Resort, Pyr Marbella, AGH Estepona, Rincón Andaluz, Silken Puerta Málaga, Fuerte Hoteles, así como la mayorista Opentours-Más Cerca.

Los encuentros se celebraron en la fecha y lugar que a continuación indicamos:

- **21 de mayo – Bilbao, hotel Ercilla.** Contó con la asistencia de más de 200 agentes de viajes y ocho medios de comunicación. El salón donde se celebró el workshop era bastante amplio y la representación costasoleña se ubicó justo en la entrada, a la izquierda.
- **22 de mayo – Santander, hotel Bahía.** Presencia de 90 agentes de viajes y cinco medios de comunicación. El salón era muy espacioso y nuestra ubicación muy buena, justo frente a la puerta de entrada, por lo que éramos los primeros en ser vistos. Posiblemente la mejor durante todos los días.
- **23 de mayo – San Sebastián, hotel Silken Amara Plaza.** Asistencia de 80 agentes de viajes y cinco medios de comunicación. El salón era muy reducido aunque nuestro espacio no era malo.
- **24 de mayo - Pamplona, Palacio de Congresos Baluarte.** Presencia de, aproximadamente, 170 agentes de viajes y seis medios de comunicación. El mejor de los salones junto con el de Santander. Muy buena ubicación para la Costa del Sol y, en cuanto al interés de los asistentes, también muy bueno al igual que ocurrió en Santander.

4. Conclusiones

Estas jornadas ponen de manifiesto, una vez más, la idoneidad y necesidad de realizar este tipo de acciones directas al profesional que nos permite, de una forma cercana, actualizar la información del destino a nuestros potenciales vendedores y la posibilidad de intercambiar opiniones y conocimientos.

Posiblemente debido a que Expovacaciones y Sevatur se habían celebrado recientemente, los agentes que asistieron a estos encuentros ya tenían nuestros folletos y conocían bastante bien nuestro destino y nuestra oferta.

Ya que tanto en Santander como en Pamplona no se ha celebrado ningún eventos, los asistentes valoraron nuestra presencia y se mostraron muy interesados en nuestro destino y sus posibilidades, sobre todo en Pamplona.

The Andalucía Golf Challenge 29 – 30 mayo 2007. Oxford

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó en las jornadas profesionales denominadas “The Andalucía Golf Challenge”, organizadas por Turismo Andaluz durante los días 29 y 30 de mayo en Oxford (Reino Unido), con el objetivo de reforzar la promoción de la Costa del Sol como destino turístico de golf en este importante mercado.

Esta acción contó con la participación de 32 TT. OO. británicos especializados en la organización de viajes destinados a la práctica del golf, entre los que se encontraban Golfbreaks, Tarleton Travel Ltd., Sungolf, Irish Pro Golf Tours, Atlantic Golf Holidays, Clic to Golf, Plus Fore Golf, etc.

Durante dos días, dentro de un taller de trabajo, se reunieron TT. OO. de golf de Reino Unido con representantes del segmento golf de Andalucía: Patronatos de Turismo de la Costa del Sol, Cádiz y Huelva, así como la Real Federación Andaluza de Golf, clubes de golf y hoteles dirigidos especialmente a clientes que demandan este producto. En el transcurso de dicho taller de trabajo, además de realizar una presentación audiovisual, se facilitó material promocional y se informó de las últimas novedades producidas en este segmento.

Dentro del programa elaborado por Turismo Andaluz, y como culminación a estas jornadas, se organizó un torneo en el campo de The Oxfordshire Golf Club en el que participaron los asistentes británicos y andaluces. Como en pasadas ediciones, tanto el torneo como la cena posterior fueron todo un éxito. En el transcurso de dicha cena se pudieron intercambiar opiniones sobre la situación actual del mercado del golf en Reino Unido y del “tirón” y grado de conocimiento que el destino Costa del Sol tiene en las islas ya que, no olvidemos, es el principal cliente para nuestra zona.

Del total de extranjeros que practican el golf en la provincia de Málaga, el 40% son británicos. Su estancia media se sitúa en 13,6 días y el gasto medio diario es de 105,18 euros, por encima de los 92 euros de gasto medio del turista de golf procedente de otros países.

Jornadas Directas de Promoción y Comercialización de Turespaña 18 – 22 junio 2007. Corea del Sur, Taiwán y Japón

1. Acción - objetivo

Una delegación española formada por 15 representantes de distintas entidades responsables de la promoción turística de diversas comunidades autónomas, provincias y localidades de nuestro país, así como empresas privadas, participaron de la mano del Instituto Nacional de Turismo de España en las denominadas “Jornadas Directas de Promoción y Comercialización en Corea del Sur, Taiwán y Japón” que Turespaña organizó como parte de la campaña de promoción 2007 del turismo de nuestro país en el continente asiático.

Las empresas y entidades participantes fueron: Turismo Andaluz, Turismo de Barcelona, Castilla y León, Turismo de Cataluña, Patronato de Turismo de la Costa del Sol, La España Verde, Consorcio Turístico de Madrid, Patronato de Turismo de Madrid, Montserrat, Turismo de Santiago de Compostela, Agencia Valenciana del Turismo, Ciudades Patrimonio de la Humanidad, Hoteles Center, hotel Fira Palace y First Choice M&I.

En 2006 España recibió 58 millones de turistas, cifra que se puede considerar espectacular si tenemos en cuenta que la población total de nuestro país es de 45 millones de habitantes. De los 58 millones de visitantes, aproximadamente 12.500 procedían de Corea del Sur (+32% respecto al 2005); alrededor de 14.000 procedían de Taiwán y 18.000 de Japón. El objetivo principal de Turespaña al organizar estas jornadas no fue otro que llevar a cabo una promoción que permitiera transmitir a los mencionados mercados toda la diversidad y calidad que España puede ofrecer como destino turístico.

A pesar de que las cifras de visitantes de estos mercados emisores aún son bajas, debemos tener en cuenta el considerable crecimiento de las mismas en los últimos años, sobre todo las registradas en el último trimestre de 2006 y primero de 2007. El objetivo que se plantea a corto plazo el Instituto Español de Turismo es el de doblar las mencionadas cifras.

Según el director de la Oficina Española de Turismo de Tokio, debemos insistir en la promoción en estos países cuyo nivel de desarrollo es elevado, la economía saneada, el poder adquisitivo muy alto, una media de gasto por turista elevada y con cifras muy bajas de desempleo donde, en casos como el de Japón, el nivel de pobreza es igual a cero.

Queremos destacar los siguientes datos que nos dan una idea de la situación económica de los países asiáticos:

- Las reservas de divisas extranjeras de la República de Taiwán alcanzaron 251.551 millones de dólares estadounidenses a finales de septiembre del año

pasado, situándose en el tercer lugar del mundo, sólo después de China y Japón. La cantidad constituye un récord sin precedentes.

- La cifra representó un incremento de 533 millones de dólares estadounidenses en comparación con el nivel registrado a finales de agosto, es decir tan sólo un mes antes, según estadísticas ofrecidas por el Banco Central de China con sede en Taipei. Este espectacular aumento se atribuye principalmente a los ingresos generados por las inversiones realizadas con las reservas de divisas extranjeras.
- En cuanto a las estadísticas de los otros países, las reservas de divisas de Corea del Sur alcanzaron 22.780 millones de dólares en el mes de septiembre de 2006. A finales de julio del mismo año, las reservas en divisas extranjeras de China continental totalizaron 954.000 millones de dólares estadounidenses, pasando a ocupar el primer lugar del mundo. Mientras tanto, las de Japón aumentaron de 850.600 millones de dólares estadounidenses en julio del 2006 a 857.900 millones de dólares en agosto del mismo año.

2. Formato

Las mencionadas jornadas llevadas a cabo en cada uno de los tres países citados, siguieron idéntico formato: presentación y almuerzo con la prensa y otros medios de comunicación; talleres de trabajo, presentación y cena con las empresas turísticas de cada mercado emisor.

3. Desarrollo

En primer lugar, y como introducción a las jornadas, el 17 de junio la delegación española a su llegada a Seúl fue invitada a una cena en la que el director de la OET de Japón, responsable de la promoción de nuestro país en Corea del Sur y Japón, presentó los tres mercados emisores.

En el transcurso de cada una de las jornadas tuvieron lugar presentaciones audiovisuales y almuerzos con los medios informativos de las diferentes ciudades, permitiéndose de esta forma el contacto cercano de dichos medios con los representantes de las delegaciones que conformaban la delegación española.

Finalizados los almuerzos y tras una pausa, la jornada de trabajo proseguía con los talleres de trabajo de, aproximadamente, dos horas de duración durante los cuales tuvimos la oportunidad de contactar y presentar nuestro destino a una nutrida selección de las principales agencias y TT. OO. de distintos países visitados.

Seguidamente se llevaron a cabo presentaciones audiovisuales (con traducción simultánea a los idiomas correspondientes) por parte del director de la OET de Japón y del director de Comercialización de Mercados Emergentes del Instituto de Turismo de España.

A continuación los representantes de las distintas Embajadas de España en estos países así como de las Cámaras de Comercio españolas, dieron apertura a una cena de gala mediante un brindis dedicado a los profesionales invitados y a los representantes de las instituciones y empresas españolas asistentes. Como broche final, se ofreció una actuación de tres artistas españoles que ofrecieron un espectáculo de música y danza clásica española de gran nivel, actuación que fue muy aplaudida y ovacionada por los invitados de los tres destinos asiáticos.

4. Conclusiones

Analizando cada mercado desde el punto de vista turístico, nos encontramos que Corea del Sur tiene un gran potencial como emisor de turismo hacia el resto del mundo. El aumento de la renta per capita, la imitación de las costumbres extranjeras, la reducción de la jornada laboral, el alto nivel educativo y la baja edad media de su población, son factores que favorecen el turismo internacional.

Según análisis llevados a cabo por la Oficina Económica y Comercial de España en Seúl, la tendencia al aumento del gasto de viaje mantiene un gran impulso, siendo éste uno de los pocos capítulos del gasto de la economía doméstica que crece a una tasa mayor que la económica. El gasto en viajes al exterior de Corea fue en 2005 del 1,5% del PIB, mientras que el de Japón ascendió al 3% del PIB.

Cabe reseñar que desde el boom económico de los años 80, Corea del Sur es un emisor neto de turismo. Los principales destinos de los turistas surcoreanos son China, Japón y EE. UU. El primero recibió más de tres millones de turistas procedentes del país coreano, el segundo casi dos millones y el tercero casi 700.000. A gran distancia se encuentran destinos europeos como Alemania o Reino Unido con aproximadamente 150.000 y 120.000 visitantes surcoreanos respectivamente.

Esperamos que la iniciativa llevada a cabo por la compañía aérea Korean Air de iniciar tres vuelos directos semanales de Seúl a Madrid el pasado 23 de junio, haga que las cifras de turistas a nuestro país aumenten de forma espectacular tal y como se vaticina.

En cuanto a Taiwán, las reservas monetarias acumuladas durante años, tal como hemos visto anteriormente, permiten que la economía taiwanesa no se vea afectada por los cambios del mundo económico. Un claro ejemplo fue la crisis asiática de la cual Taiwán salió indemne a pesar de la pérdida de un 40% del valor del dólar taiwanés. Hoy en día el nivel de crecimiento es del 5% y la inflación se mantiene por debajo del 2%.

Con respecto a los destinos vacacionales elegidos por los turistas taiwaneses, nos encontramos con que Hong Kong recibió en el 2005 casi tres millones de viajeros procedentes de este país, seguido de Macao y Japón ambos con, aproximadamente, 1.200.000 visitantes taiwaneses. Como país europeo destacó Holanda con casi 125.000 turistas procedentes de Taiwán.

España mantiene una constante en el aumento de visitantes de esta país asiático desde al año 2004 habiéndose contabilizado en el 2006 unos 13.500 visados emitidos, lo que supone un aumento del 7,7% con respecto al año 2005.

En relación a Japón, encontramos que en el año 2005 el número total de visitas de turistas japoneses a nuestro país se incrementó en un 21% respecto al 2004 y de nuevo en el 2006 experimentó un aumento muy considerable con un 41% respecto al año anterior, correspondiendo los aumentos más espectaculares a la campaña de inviernos 2006-2007 con un incremento del 93,6% en el último trimestre de 2006 y del 68,8% para los tres primeros meses del 2007. También destacamos el aumento registrado en torno al 4,4% en el número de pernoctaciones en el 2006.

La campaña de invierno 2006-2007 presenta unos resultados espectaculares con crecimientos que se acercan al 20% en el número total de turistas que nos visitaron procedentes del país nipón.

Más de la mitad de los turistas japoneses que nos visitan utilizan el paquete turístico, lo que supone el 57,3% del total. Según opinión de los principales profesionales del sector, en los últimos meses se ha producido un crecimiento que oscila entre el 5 y el 10% de la venta de viajes organizados.

El gasto medio de los turistas que nos visitan con viaje organizado asciende a unos 3.500 euros y el gasto de aquellos que organizan su viaje individualmente se sitúa en torno a los 1.600 euros. Los turistas japoneses se alojan casi con exclusividad en hoteles, utilizando como media dos establecimientos distintos en su visita a nuestro país.

Hay que señalar también una tendencia a la diversificación de destinos y a la programación de itinerarios de mayor calidad ya que los operadores han constatado que los japoneses que visitan nuestro país se interesan más por la originalidad y calidad de los viajes, sin expresar preocupación por el mayor desembolso que pudiese suponer estos itinerarios. Valencia, Castilla-León, el Camino de Santiago y la España Verde se están beneficiando especialmente de esta tendencia. Aún así, los principales destinos visitados en nuestro país son Cataluña con un 32%, tanto Andalucía como Madrid con un 27% y otros destinos con un total del 14%.

En cuanto a la distribución por grupos de edad, el factor más destacado en el caso de España es la importancia del segmento "mujeres tercera edad" con edades superiores a los 60 años, lo que supone aproximadamente una cuarta parte de las visitas, a diferencia de otros destinos competidores en los que no se presenta esta situación.

Si observamos las estimaciones realizadas por otras fuentes respecto al número de visitas de turistas japoneses a nuestro país, comprobamos que las conclusiones del European Travel Monitor o JMT nos otorgan un total de visitas superior a las 250.000, lo que estaría por encima de los resultados obtenidos por el Instituto de Estudios Turísticos. Este último cifra, además, la estancia media de los turistas japoneses en nuestro país en, aproximadamente, 7,3 noches en el 2006, lo que corresponde con las vacaciones habituales de los japoneses que se limitan por término medio a cinco días laborables.



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

A modo de resumen podemos decir que el turismo japonés en España es en la actualidad un colectivo de unas 260.000 personas que viajan a nuestro país una semana por término medio, tienen un elevado nivel de gasto en torno a los 3.500 euros en el caso de los que viajan con paquete turístico, se desplazan a nuestro país por motivos de ocio con intereses fundamentalmente paisajísticos y culturales. Organizan su viaje mayoritariamente a través de tour operador y se desplazan en grupos guiados, sobre todo en Cataluña, Andalucía y Madrid.

Jornadas Profesionales “Andalucía en Latinoamérica” 22 – 26 julio 2007. Buenos Aires, Santiago de Chile y Sao Paulo

1. Acción - objetivo

Siguiendo con el Plan de Marketing propuesto por Turismo Andaluz, el Patronato de Turismo participó en unas jornadas profesionales por tierras latinoamericanas.

El objetivo de las mismas fue mostrar a los profesionales de Argentina, Chile y Brasil que la Costa del Sol es un destino ideal para cualquier cliente debido a la gran oferta de que disponemos en todos los ámbitos.

2. Formato

En cada una de las ciudades se mantuvieron encuentros con la prensa, con formato de rueda de prensa, y otro con agentes de viajes seguido de un cocktail en las dos primeras ciudades y una cena con espectáculo en Sao Paulo.

Las empresas y organismos participantes fueron: Turismo Andaluz, Oficinas Españolas de Turismo de Buenos Aires y Sao Paulo, Patronatos de Turismo de la Costa del Sol y Cádiz, Paradores, Iberia, NH Hoteles, Aixa Dreams DMC's, Azahares Congresses and Incentives/DMC, Grupo Selma Agencia de Viajes y Feria de Turismo, Arte y Cultura de América Latina en Europa “Eurocotal”.

3. Desarrollo

El desarrollo de las jornadas fueron como sigue:

- **23 de julio – Buenos Aires.** Rueda de prensa celebrada en el hotel Alvear donde estuvieron presentes Turismo Andaluz, Patronatos de Turismo de la Costa del Sol y Cádiz, así como la OET de Buenos Aires. Tras la intervención del representante de Turismo Andaluz, se proyectó un vídeo genérico de Andalucía para seguir con un turno de preguntas por parte de los medios allí citados. Para finalizar se hizo entrega de un dossier de prensa y material informativo de los destinos andaluces.

Seguidamente, en uno de los salones del hotel, tuvo lugar un taller de trabajo en el que 150 agentes de viajes se distribuyeron en 10 mesas por las que fueron pasando representantes de las entidades y empresas andaluzas. El acto terminó con un cocktail y entrega de material informativo.

- **25 de julio –Santiago de Chile.** Celebrado en el hotel Ritz Carlton con el mismo formato que el acto celebrado en Argentina, es decir, rueda de prensa con

proyección de un vídeo genérico de Andalucía, turno de preguntas por parte de los medios presentes y entrega de dossier de prensa y material informativo de los destinos andaluces.

A continuación, en uno de los salones del hotel, 140 agentes de viajes se distribuyeron en 10 mesas para atender un taller de trabajo al que asistieron los representantes de las entidades y empresas andaluzas para terminar con un cocktail y entrega de material informativo.

- **26 de julio – Sao Paulo.** La rueda de prensa tuvo lugar en el hotel Unique donde, tras una breve intervención por parte de Turismo Andaluz, se proyectó un vídeo genérico de Andalucía para finalizar con la entrega de un dossier de prensa y material informativo. A este acto también acudió un representante de la OET de Sao Paulo. Al finalizar la presentación, la televisión de Sao Paulo realizó una entrevista al Patronato de Turismo de la Costa del Sol en la que pudimos extendernos aún más sobre las excelencias de nuestro destino.

Posteriormente se realizó el taller de trabajo con el mismo formato que en las ciudades anteriores, al que acudieron 130 agentes de viaje. Al término del mismo se ofreció una cena típicamente andaluza seguida de un espectáculo flamenco.

4. Conclusiones

El resultado de esta promoción fue satisfactorio. Los viajeros procedentes de estos países son de un alto poder adquisitivo y la Costa del Sol les ofrece todo aquello que puedan buscar: golf, cultura, una rica gastronomía y una planta hotelera de 4 y 5 estrellas de las mejores de Europa, así como la posibilidad de poder organizar congresos, convenciones y, por supuesto, viajes de incentivos.

Jornadas Profesionales “Andalucía en Portugal” 18 – 20 septiembre 2007. Oporto, Coimbra y Lisboa

Siguiendo la línea de las jornadas anteriores organizadas por Turismo Andaluz, en esta ocasión denominadas “Andalucía en Portugal”, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó en las jornadas celebradas en Oporto, Coimbra y Lisboa.

El objetivo principal de esta acción es el de contactar con prensa local y agentes de viajes de los lugares visitados para dar a conocer las últimas novedades del producto Costa del Sol de forma directa.

Debido a la gran demanda de asistencia de empresarios andaluces, Turismo Andaluz amplió el cupo de empresarios a nueve, siendo los representantes de la provincia malagueña los hoteles Molina Larios, Elba Estepona, Radisson, Guadalmina Spa & Golf Resort, Torrequebrada, Novotel Málaga, Flatotel Internacional, GSM Hoteles y la agencia Rural Andalus.

Los encuentros se celebraron en las fechas y lugares que a continuación detallamos:

- **Oporto – 18 de septiembre.** En el hotel Fénix de Tudela Porto se dieron cita 129 agentes de viajes (número inferior al del año anterior) que mostraron especial interés en el turismo de empresa, principalmente en lugares singulares para la celebración de eventos, así como por el Museo Picasso y hoteles con spa por lo que tuvo mucho éxito nuestra guía “Málaga, Sol, Salud y Belleza”. El segmento golf también está bastante valorado.
- **Coimbra – 19 de septiembre.** Celebrado en el hotel Quinta das Lagrimas, acudieron 137 agentes de viajes superando con creces los 90 asistentes del año anterior. Destacar el interés que existe tanto en esta ciudad como en el resto de las ciudades visitadas por el segmento golf ya que el número de licencias de golf ha crecido en un porcentaje importante en este último año, aunque también hubo interés por el segmento de reuniones y, al igual que en Oporto, por el turismo de salud.
- **Lisboa – 20 de septiembre.** El acto tuvo lugar en el hotel Sheraton contando con la presencia de 205 personas entre agentes de viajes y periodistas además de que en esta localidad acudieron representantes de la Oficina Española de Turismo en Lisboa. Los asistentes se interesaron prácticamente por los mismos segmentos que en las ciudades anteriormente visitadas, aunque podemos destacar que en Lisboa tienen un conocimiento mayor del destino Costa del Sol.

En general hubo una gran acogida y reconocimiento a las guías temáticas “Málaga, Sol y.....” que despertaron gran interés por su variedad, originalidad y la riqueza de los datos en ellas reflejados.



Podemos decir que se han cumplido las expectativas creadas para estas jornadas y que los empresarios quedaron satisfechos con los resultados en los diversos encuentros.

A excepción de Oporto donde bajo el número de asistentes (debido en parte a que el Oporto jugaba un partido de Copa de Europa), tanto en Lisboa como en Coimbra el número de invitados subió bastante comparado con las jornadas realizadas en 2006.

Jornadas Profesionales Países del Este 22 – 29 septiembre 2007. Varsovia, Sofía y Budapest

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo participo en las denominadas Jornadas Directas de Promoción y Comercialización en Europa del Este organizadas por Turespaña en las ciudades de Varsovia, Sofía y Budapest como parte de la campaña de promoción de nuestro país en dichas ciudades.

La delegación española estuvo formada por 28 representantes de distintas entidades responsables de la promoción turística de diversas comunidades, provincias y localidades de nuestro país, así como por empresas privadas. Además estuvieron representados cinco hoteles ubicados en distintas comunidades autónomas entre ellos el Coral Beach (único hotel de nuestra provincia), nueve agencias de viajes y una escuela de español.

Las instituciones participantes fueron: Turismo Andaluz, Turismo de Baleares-Ibatur, Turismo de Barcelona, Turismo de Canarias-Promotur, Turismo de Cataluña, Turismo de Tenerife, Turismo de Valencia, los Patronatos de Turismo de la Costa del Sol, Cádiz, Madrid, Lanzarote y Santiago de Compostela así como Ciudades Patrimonio.

2. Formato

Estas jornadas, llevadas a cabo en cada uno de los tres países visitados, siguieron un formato similar:

- Presentaciones y desayunos o almuerzos con medios de comunicación.
- Talleres de trabajo, presentación y cena con las empresas turísticas de cada mercado emisor.

3. Desarrollo

La agenda profesional comenzó en Varsovia donde el día 23 de septiembre, como introducción a las jornadas, la delegación española fue recibida por el nuevo director de la Oficina Española de Turismo de Varsovia, así como por el especialista en análisis de mercados de dicha oficina quienes presentaron la situación del mercado emisor polaco, acto que fue seguido por una cena por cortesía de la mencionada OET.

El día 24 de septiembre tuvo lugar una presentación audiovisual y una rueda de prensa a los medios polacos, que sirvió como marco para la presentación oficial del nuevo director de la OET de Varsovia, Arturo Claver, y también para la despedida



oficial de director que cesó en el cargo. Los representantes de la Asociación de Medios de Comunicación Polacos ofrecieron unas palabras de emotivo agradecimiento a Guillermo Puerto a quién entregaron una litografía del siglo XIX como recuerdo y muestra de afecto.

Posteriormente fueron invitados a un almuerzo permitiéndose de esta forma el contacto cercano de dichos medios con los representantes de las instituciones que conformaban la delegación española.

Finalizado el almuerzo y tras una pausa, la jornada continuó con un taller de trabajo de aproximadamente dos horas de duración durante el cual pudimos estrechar relaciones con los profesionales del sector turístico polaco que nos visitaron y que, en su mayoría, ya conocían nuestro destino.

Seguidamente se llevó a cabo una presentación audiovisual contando con diversos discursos ofrecidos por el director general de Turespaña, el nuevo director de la OET y el antiguo director quién, con motivo del cese de su cargo y de su jubilación, fue nuevamente homenajeado por todos los ponentes y, en particular, por el presidente de la Cámara de Comercio y Agencias de Viajes de Polonia. Todos ellos elogiaron la labor del Sr. Puerto que, según palabras del presidente de la entidad turística polaca, *“han contribuido al acercamiento turístico entre los dos países”*. Dicha organización le hizo entrega de un trofeo que representa el máximo galardón que la citada organización concede cada año a las empresas e instituciones que trabajan en pro del turismo. El acto de discursos se cerró con la intervención del embajador de España en Polonia.

El martes por la tarde llevamos a cabo un taller de trabajo con los profesionales del turismo de Sofía siguiendo el mismo formato del realizado en Varsovia. Destacamos el elevado interés que despertó nuestro destino entre los profesionales invitados, muchos de los cuales solicitaron información acerca de las agencias receptoras de nuestra provincia. Destacar también el especial interés que suscita entre estos profesionales la cercanía entre Marruecos y Málaga.

El día 26 tuvo lugar una presentación por parte del director de la OET de Viena, responsable de la promoción turística española en Bulgaria, seguida de una mesa redonda en la que participaron tanto los medios de comunicación búlgaros como los representantes de las instituciones españolas. La sesión de trabajo finalizó con un buffet-desayuno en el transcurso del cual aprovechamos para entablar conversación con los medios más importantes y representativos que asistieron al evento.

El jueves 27 y viernes 28 prosiguieron las jornadas en la capital húngara consistentes en un workshop y cena dirigidos a profesionales del turismo y mesa redonda y almuerzo para la prensa respectivamente. Destacar la ubicación del workshop en Budapest, que tuvo lugar en un barco que realizó un recorrido por el Danubio, así como la oportunidad que tuvimos de presentar nuestro destino de golf aprovechando la pregunta efectuada por un periodista sobre este determinado producto tan representativo en nuestra provincia.

4. Conclusiones

Seguidamente presentamos conclusiones y análisis económico y turístico de estos mercados:

- **Mercado emisor polaco.** El análisis económico de este mercado arroja cifras que desvelan un crecimiento del 5,4% hasta septiembre de 2007, crecimiento que se espera siga un desarrollo sostenido en años venideros. Resaltar igualmente la disminución de la inflación, la bajada en las cuotas de desempleo que a finales de 2006 eran de un 14,9%, el aumento del salario medio que actualmente asciende a 751 euros/mes que supone un 19,1% de aumento desde la entrada de Polonia en la Unión Europea.

No cabe duda que estos datos han ayudado a estabilizar la economía polaca, lo que repercute sin duda de forma directa en el mercado turístico emisor. Así pues nos encontramos ya en el primer semestre del año 2007 con un crecimiento del 13% en comparación con el mismo periodo de 2006 en cuanto a números de salidas al extranjero por parte de los turistas polacos, lo que en cifras absolutas se traduce en 4,5 millones de viajeros de los que, aproximadamente, 200.000 viajaron a España. Esto representa para nuestro país un 1,37% de cuota de mercado.

La estancia media del turista polaco en España fue de 4,2 días en el 2006, produciéndose la mayor concentración de turistas en los meses de abril y julio.

Ya en 2006 el incremento fue de un 9,4% en comparación con el año 2005. Si llevamos a cabo comparativas desde el año 2004, fecha de entrada de Polonia en la UE, nos encontramos con un aumento del 20% en cuanto al total de salidas al extranjero, periodo 2004-2006, de las cuales las salidas vía aérea han supuesto un aumento del 222,5% en citado periodo.

Encontramos una relación directa entre este espectacular incremento y el aumento de la oferta de líneas aéreas de bajo coste que opera mayoritariamente desde aeropuertos regionales, cuyo número de operaciones aéreas crece al mismo ritmo que disminuyen las que se realizan desde el aeropuerto de Varsovia (72% en 2003 a 52% en 2006). Las conexiones aéreas de dichas líneas aéreas de bajo coste (uno de cada dos polacos reserva sus vuelos en compañías de bajo coste) se realizan mayoritariamente con los aeropuertos de Málaga, Alicante y Barcelona.

Llevando a cabo un análisis más exhaustivo de los visitantes polacos que nos visitan, nos encontramos con que el 80% de ellos lo hace por motivo vacacionales buscando principalmente sol y playa. Observamos que, cada vez más, aumenta el número de destinos españoles ofertados y que se empieza a introducir distintos productos como el turismo religioso que despierta gran interés, el turismo de negocios y el turismo cultural además del turismo de golf que se prevé irá adquiriendo importancia en los próximos años. Debemos resaltar el gran interés que despierta el flamenco en Polonia en cuya capital se contabilizan 40 escuelas dedicadas a enseñar y transmitir el folclore más representativo de nuestra tierra.

Observamos igualmente que la venta del tradicional paquete turístico disminuye siguiendo una constante y que aumenta en un 63% el número de viajes organizados de forma individual.

No obstante, hemos querido recoger una comparativa en los precios de los paquetes turísticos que se ofertan en los principales destinos turísticos competidores y nos encontramos con que en la Costa del Sol el precio del paquete se encuentra un 25% más bajo que la media de nuestros competidores nacionales.

Queremos hacer alusión a un comentario proveniente de un medio de comunicación polaco que expresaba la necesidad de nuevas fórmulas de promoción y marketing turístico pues, según su opinión, las imágenes de sol y playa, toros y flamenco son ya tópicos aburridos en Polonia.

- **Mercado emisor búlgaro.** Destacar que continúa la consolidación del sector turístico que se ha visto reforzado con la entrada este año de Bulgaria en la UE.

Durante el año 2006, los ciudadanos búlgaros realizaron un total de 4.180.357 viajes al extranjero, un 4% menos que en 2005. El país más visitado fue Grecia (+17.2%), seguido de Alemania y Rumania (+21,85%), Turquía aunque con un importante descenso del 25%, Italia con un aumento del 21,85% y por último Serbia, cerrando la lista de los principales destinos.

España recibió un total de 152.912 visitantes búlgaros en 2006, de los cuales aproximadamente 70.000 lo hicieron como turistas lo que implica un incremento del 33,1% con respecto al año 2005.

Los principales destinos receptores del turismo búlgaro en temporada estival y por tanto los más demandados, son aquellos que ofrecen el producto sol y playa: Costa Brava, Costa Blanca, Costa del Sol, Baleares y Canarias. No obstante, puntualizar que se confirma la tendencia de una mayor demanda de turismo cultural destacando Madrid y Barcelona (+23%).

Hay que mencionar que el turismo de idiomas es también un segmento que posiblemente experimente una gran expansión tal y como ha sucedido es otros países del entorno, fomentado por la apertura del Instituto Cervantes en Sofía.

En cuanto a conexiones aéreas, Bulgaria Air ofrece vuelos directos desde Sofía a Madrid, Barcelona, Palma de Mallorca, Alicante y Málaga con un vuelo semanal. Air Europa tiene una delegación en Sofía enlazando los vuelos con el resto de ciudades españolas. Iberia comenzará a volar en código compartido con Bulgaria Air a partir de febrero de 2008 lo que servirá para decidir la conveniencia de una conexión directa con la flota de la compañía.

Según comentarios del director de la OET de Viena, responsable de la promoción del turismo de España en Bulgaria, dicha promoción está comenzando y se pretende llevar a cabo nuevas iniciativas de promoción además de las jornadas anuales en Sofía como son la participación en la feria Vakantia de esta ciudad y la organización de viajes de prensa.

Los principales TT. OO. que programan España son Alma Tour, Aerotravel, Vacancia, Filiptour, Alfatour y Astral Holidays.

- **Mercado emisor húngaro.** Situación económica que sigue dando muestras de vitalidad con un crecimiento del 4% en el 2006. En cuanto a la renta per capita, en el segundo cuatrimestre del 2007 tuvo un incremento del 1,4% con respecto al mismo periodo del año 2006.

En relación a la situación actual del sector turístico, podemos afirmar que el turista húngaro sigue respondiendo al patrón de un turista de sol y playa que adquiere un paquete turístico para sus vacaciones (70%) y se concentra sobre todo en los meses de junio a septiembre. No obstante, se está consolidando el crecimiento del turismo individual que alcanza ya un 30% diversificándose la demanda de otro tipo de actividades que vayan más allá de un circuito de sol y playa como es, por ejemplo, el turismo cultural a España que se encuentra en continuo crecimiento destacando los destinos de Madrid de Barcelona y circuitos por Andalucía, ofertados por TT. OO. especializados como VIP Reisen o Eurotours. El 75% de esta demanda se sitúa en los meses de primavera y otoño y el 25% restante en invierno.

El turismo de idiomas continúa aumentando siendo los principales destinos Madrid y Barcelona.

Los destinos más solicitados son Costa Brava, Costa del Sol, Mallorca y Canarias, siendo Cataluña el principal destino turístico de los húngaros. En el año 2006 se registraron 58.861 entradas vía aérea de húngaros a España a lo que debemos añadir las 45.000 entradas de húngaros que vuelan a España a través de Austria y Bratislava, según datos facilitados por los propios TT. OO., además de las entradas en autocar y en vehículo propio, todo lo cual hace que podamos estimar unos 115.000 turistas húngaros a lo largo de todo el año 2006, lo que supondría un incremento de un 3-5%.

La tour operación sigue en manos de Thomas Cook-Neckermann (25%), TUI (15%), Globtours (10%), OTP Travel (10%), IBUSZ (10%) y en cuanto a TT. OO. especializados destacan Quaestor (5%) y Five Continents (5%). La mayor cadena de distribución sigue siendo VISTA Travel con agencias por todo el país, seguida de cerca por las agencias de Thomas Cook-Neckermann Reise y World o TUI (englobando sus marcas europeas Gulet, 12Fly y Magic Life).

Con relación a las conexiones aéreas España-Hungría, la frecuencia de vuelos regulares ha aumentado llegando a ofrecer 8.640 conexiones a través de "hubs" en los meses de verano. Durante la temporada estival Sky Europe ofrece además dos vuelos directos semanales mientras que Malev conecta Budapest con nuestra provincia con tres vuelos semanales.

Congreso Elite Travel Group (Workshop) 14 octubre 2007. Jerez de la Frontera

A través de Turismo Andaluz, el Patronato de Turismo participó en un encuentro profesional en formato de workshop que tuvo lugar en el transcurso de la celebración del congreso de Elite Travel Group en Jerez de la Frontera del 12 al 15 de octubre 2007.

Este Consorcio de Agentes de Viajes Británicos, antes conocido como Midconsort Travel Group, lo componen más de 100 agencias de viajes independientes localizadas principalmente en Midlands y el norte de Gran Bretaña. Se caracteriza por confeccionar paquetes con grupos de especial interés donde distribuyen los programas de TT. OO. independientes y de los tres grandes del mercado británico. También acudieron al congreso TT. OO. y medios de comunicación de la industria turística británica.

Dentro del programa elaborado para dicho congreso, el 14 de octubre tuvo lugar un workshop en el que participó el Patronato de Turismo acompañado por quince de sus asociados.

El workshop o taller de trabajo se realizó de 13.00 a 14.00 horas en el Salón Estribo del hotel Jerez, con un formato en el que se dispuso de 22 mesas a lo largo de la sala donde los delegados de Elite Travel Group esperaban en las diferentes mesas para recibir uno a uno a los asistentes al workshop con un límite de ocho minutos por mesa y presentación.

Aproximadamente unos 700 delegados pudieron acudir al workshop y tuvieron ocasión de conocer las ofertas, tanto de los socios del Patronato de Turismo de la Costa del Sol como del resto de los participantes.

Algunos delegados del Grupo Elite a los que se les realizó la presentación de nuestro destino mostraron gran interés en la oferta cultural de Málaga, especialmente en la oferta museística, destacando la figura de Picasso como referente de la ciudad. Otros ya familiarizados con la Costa del Sol hicieron preguntas sobre las comunicaciones, fecha aproximada de la culminación de las obras del aeropuerto y si habrá tren de cercanías a Marbella con el fin de tener otra opción de transporte para acceder al aeropuerto y a la ciudad de Málaga.



MICE & Business Travel Fair 16 octubre 2007. Ámsterdam

Durante el día 16 de octubre se celebró la segunda edición de las Jornadas de Trabajo organizadas por la publicación "MICE Travel Holland".

Se trata de un mercado fuerte y con una buena economía en el que hasta ahora no habíamos tenido ninguna presencia física aunque sí a través de editoriales y anuncios en publicaciones. Así pues, decidimos incorporar al Plan de Acción estas jornadas de trabajo realizadas en el hotel Holliday Inn Schiphol donde los invitados al workshop fueron agencias especializadas en MICE y empresas holandesas con departamentos de grupos.

Se contó con una mesa de trabajo y se realizó, además, una presentación al público allí presente con las novedades del destino.

El workshop tuvo bastante afluencia por parte de los compradores y la presentación del destino tuvo un aforo completo de 35 personas. Un formato muy llamativo mediante el cual se puede dialogar con tranquilidad con los clientes. Además, el cliente que acude a una mesa en concreto es porque tiene un interés específico en el destino.

Este es un gran mercado que mueve muchos eventos en España en general y también en la Costa del Sol. Tienen buenas conexiones con Transavia y a los clientes no les importa mover un incentivo en una línea de bajo coste.

Esta publicación, parte de Reed Business, es la que lleva todo lo relacionado con MICE en Holanda. Ofrece tendencia sobre viajes de negocios, estadísticas, reportajes o visión de nuevos destinos. En definitiva, información de última mano que se distribuye a 15.000 organizaciones de la industria del destino MICE.

A nuestro juicio se trata de un formato muy efectivo. Un workshop en la sala principal del hotel y presentaciones de destino en una sala simultánea situada justo en frente. El horario duró de 09.00 a 18.00 horas. El almuerzo consistió en un cocktail servido en el mismo lugar donde se celebró el workshop, lo cual permitió mucha interacción entre las dos partes.

Sin lugar a dudas la acción se ha valorado positivamente y se volverá a incluir en el Plan de Acción 2008.

II Jornadas Turismo de Salud 25 – 26 octubre 2007. Marbella

Jornadas organizadas por Promotur (Asociación de Empresas de Turismo Residencial, Deportivo y de Salud de Andalucía), en colaboración con Vitania y Valle Romano que tuvieron lugar en el hotel Puente Romano de Marbella.

El primer día tuvo lugar la presentación de las jornadas a cargo de los miembros del Comité de Honor así como por el consejero delegado de Turismo Andaluz, actuando como moderador Manuel Torreiglesias, director del programa “Saber Vivir” de TVE.

Las jornadas consistieron en dos días de conferencias y mesas redondas componiéndose el programa de las mismas de cinco módulos:

- **Módulo I.** Se trató de la importancia económica del turismo de salud a nivel mundial. En este sentido, se hizo especial hincapié en el gran potencial que tiene el turismo médico.

De hecho, señalaron que existen muchos países que están desarrollando estrategias para posicionarse como un referente mundial en este tipo de turismo. A nivel europeo destacaron, por ejemplo, la República Checa, Grecia, Rumania y Hungría. En América: Cuba, Jamaica o Costa Rica y en Asia los principales destinos son Tailandia, Singapur, India, Malasia, Filipinas y Corea del Sur.

- **Módulo II.** Versó sobre las opciones anti-estrés y belleza donde se analizaron la relevancia de las instalaciones de salud en un resort turístico avanzado.
- **Módulo III.** Se trató sobre los avances tecnológicos al servicio del consumidor de salud.
- **Módulo IV.** Ponencias por parte de las clínicas especializadas, concretamente la Clínica Buchinger, el Hospital Internacional Xanit y la Holding Clinic.
- **Módulo V.** Se dedicó a especial atención a las personas mayores como principales consumidores de turismo de salud. Además, también se abordaron las oportunidades de negocio en el sector de los mayores para promotores y agentes inmobiliarios.

En la Costa del Sol el 80% de las personas que compran una segunda residencia tiene más de 55 años.

En relación a la información facilitada, destacar que el turismo de salud se sitúa ya como tercera motivación para los viajeros llegados a la Costa del Sol. Además, el turismo de salud y belleza es uno de los que más está creciendo en comparación con otros productos y se estima que para el año 2012 moverá en torno a los 90.000 millones de dólares a nivel mundial.



Por último señalar que en cuanto al turismo médico, nos comunicaron que Barcelona va a comercializar este producto bajo la marca Cataluña y Salud a través de un acuerdo entre la Generalitat y varias clínicas privadas para la promoción conjunta y la captación de turistas interesados en este segmento.

Jornadas Profesionales Turespaña en India 26 octubre – 2 noviembre 2007. Goa, Bombay y Delhi

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo, a través de su Convention Bureau, asistió por segundo año consecutivo a las Jornadas Profesionales de Turespaña en India en las que ya estuvo presente en el año 2006. Además de la Costa del Sol participaron otros destinos como Barcelona, Madrid, Valencia, Turismo de Cataluña, Ciudades del Patrimonio así como varias empresas de todo el país, hoteles y agencias de viajes.

Las razones por las que hemos estado presentes en este mercado emergente son las siguientes:

- La economía india ha crecido un 85% en los últimos 10 años, siendo la economía más dinámica del mundo según "The Economist".
- La población es de 1.200 millones de habitantes pudiendo alcanzar los 1.500 millones en 2044 (ETOA).
- 8,3 millones de viajes internacionales en 2006 que alcanzará 16 millones en 2010 según PATA (Pacific Association Travel Agents).
- Se prevé que el tráfico aéreo aumente más de un 20% anual en los próximos cinco años (fuente: Travtalk).
- India tiene 83.000 millonarios según The Annual Merrill Lynch/Capgemini World Wealth Report, 2006.
- Clase media de 300 millones de personas con un sueldo anual de entre 2.000 y 4.000 US\$, creciendo a un ritmo de 30-40 millones al año.
- Previsión de 100 millones de usuarios de Internet en 2007 (fuente: Internet & Mobile Association of India, IAMAI).
- PIB: crecimiento del 9,4% en 2006 ("The Economist").
- PIB: previsión de crecimiento de 7,7% en 2007 ("The Economist").
- Economía más dinámica del mundo, crecerá un 7% anual hasta 2011 ("The Economist").
- Economía del crecimiento.
- 42 millones de usuarios de Internet en 2006 (fuente: Internet World Stats).
- Podría alcanzar los 100 millones en 2007 (fuente: Internet & Mobile Association of India, IAMAI).
- 60 millones de usuarios de telefonía móvil, cada mes cinco millones más.

- India experimenta el mayor crecimiento en el tráfico aéreo del mundo según CAPA (Centre of Asia Pacific Aviation). El tráfico doméstico creció un 50% el pasado año y se espera un crecimiento del 25 al 30% anual hasta el 2010 mientras que el internacional lo hará el 15%. CAPA (Centre of Asia Pacific Aviation).
- La proliferación de nuevas aerolíneas y la expansión de las rutas de las ya existentes unido a la falta de infraestructuras aéreas, han llevado a un exceso de oferta y a una guerra de precios, provocando pérdidas en el sector aéreo por valor de medio billón de US\$ en 2006.
- Para paliar esta situación las principales aerolíneas han empezado procesos de fusión y adquisiciones: Indian Airlines y Air India/Jet Airways y Air Sahara.
- 50% crecimiento del sector aéreo doméstico en el 1^{er} trimestre del 2006 (Travtalk).
- El tráfico internacional de pasajeros crecerá un 15% en los próximos cinco años (Centre for Asia Pacific Aviation).
- Aumento del número de plazas aéreas a Europa de 1,7 a 4,3 millones de 1999 a 2005 (ETOA).
- El número de frecuencias aéreas India-Europa 2000-2005 pasó de 99 a 232 (ETOA).
- 15 aeropuertos internacionales, 87 domésticos (AAI).
- Nuevo Acuerdo Bilateral de Servicios Aéreos con España firmado en noviembre de 2006, condiciones favorables para un vuelo directo a España.
- Anuncio por parte de Jet Airways del nuevo vuelo a España vía Bruselas.
- Qatar Airways: cuatro conexiones a Madrid vía Doha, 48 conexiones Doha-India.
- En 2006 más de 912.000 indios visitaron Europa suponiendo más de un 13% del total de viajes internacionales indios (estimaciones Euromitor).
- Ascenso general de turistas a Europa desde el año 1999. Los viajes a Europa Central y Europa del Este han aumentado más rápido que en otras zonas.
- Suiza, Francia e Italia son los destinos que más están creciendo. España ya está en sexta posición.
- Los meses que eligen para viajar a Europa son de abril a septiembre.

Principales segmentos prioritarios hacia España.

- **Viajes de negocio.** Según Lufthansa en India, el 80% de sus plazas durante la temporada alta (abril-septiembre) son ocupadas por viajeros de negocios. Lufthansa habla de un aumento del 40% anual. La política de Turespaña es la de sumergirse de lleno en este segmento. Ahora mismo el total de visitas corresponde en un 35% a turismo de negocios y en un 65% a vacacional de lujo. El segmento al que se dirige Turespaña es al de unos 70 millones de indios independientes y líderes de opinión. Madrid y Barcelona reciben ya grandes grupos de incentivos y

conferencias de este mercado. La Costa del Sol se empieza a situar ya como tercer destino favorito en España.

- **Viajeros individuales de alto nivel de gasto.** Indios que han estudiado y vivido fuera del país por negocios o por razones laborales. Son líderes de opinión y, generalmente, empresarios que difunden el “boca a boca” entre sus contactos del mismo nivel.
- **Golf, casinos, compras.** Es un buen complemento de la oferta. Los indios de gran poder adquisitivo son aficionados al juego y al golf.

2. Formato

Esta promoción contó con tres tipo de acciones:

- **Goa.** Punto de encuentro de 88 agencias de viajes de toda India. Se trató de un fin de semana largo de convivencia dentro de un hotel. Fue la primera vez que Turespaña optó por este formato de tan buen resultado a pesar de lo costoso que es. Se realizaron workshops, actividades en equipo, presentaciones de todos los destinos y cena de gala. Según la Oficina Española de Turismo en Singapur estuvieron presentes las agencias de viajes más importantes del país. El 70% de las mismas se dedican solamente a viajes de negocios o tiene departamentos especializados.
- **Bombay.** Rueda de prensa con los medios. Cena para la presentación del suplemento especial “España” realizado por “Travel & Leisure South Asia”, principal publicación en la India. El suplemento se realizó en forma de librito pequeño con 20 páginas. Se divide en cuatro destinos principales: Madrid, Barcelona, Valencia y Andalucía. En apartado dedicado a Andalucía, Málaga y alrededores queda muy bien parada hablando prácticamente de todo nuestro destino y sus posibilidades.
- **Delhi.** Rueda de prensa con los medios. Cena en la Embajada de España para la presentación del suplemento especial “España” realizado por “Travel & Leisure South Asia”.

4. Conclusiones

Una promoción relativamente económica para el impacto tan grande que puede generar. Sin lugar a dudas es muy buen comienzo que la Costa del Sol esté presente en estas jornadas y en boca de los grandes agentes y medios de comunicación de India, pues en un futuro a medio plazo se prevé un aumento de los turistas de ese gigante mercado.

Jornadas Profesionales en Rusia
28 octubre – 2 noviembre 2007. Moscú y
San Petersburgo

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó en estas Jornadas Profesionales organizadas por Turismo Andaluz en Rusia, concretamente en las ciudades de Moscú y San Petersburgo.

2. Formato

Los dos eventos llevados a cabo en los hoteles Marriot Grand Hotel de Moscú y en el Grand Hotel Europe de San Petersburgo, siguieron idéntico formato.

Los mismos dieron comienzo a las 18.30 horas con un cocktail seguido de una presentación audiovisual llevada a cabo por un representante de Turismo Andaluz desde una mesa presidida por el director de la Oficina Española de Turismo en Moscú, compartida con los representantes de todos los Patronatos asistentes a las jornadas.

Tras la presentación tuvo lugar una cena para finalizar con la actuación de un conocido cuadro flamenco desplazado desde Andalucía al efecto.

3. Desarrollo

Además de Turismo Andaluz y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol también participaron en estas jornadas los Patronatos de Turismo de Cádiz, Córdoba y Granada así como un representante del hotel Coral Beach de Marbella.

En cuanto a la afluencia de agentes de viajes, TT. OO. y periodistas rusos, se puede considerar aceptable.

Tal como hemos mencionado anteriormente, la parte profesional del evento consistió en una introducción en la que el director de la OET de Moscú dio la bienvenida a los invitados al tiempo que informaba sobre una serie de datos estadísticos del mercado ruso con respecto a Andalucía. Seguidamente se llevó a cabo una presentación audiovisual por parte de Turismo Andaluz que, una vez finalizada, dio paso a un turno de preguntas mediante el cual pudimos aclarar dudas y completar información sobre diversas cuestiones planteadas por parte de los periodistas y participantes del sector turístico ruso presentes en el acto.

4. Conclusiones

Rusia es un mercado emergente con buenas expectativas de futuro. Es significativo que en los dos últimos años ha sido el país europeo de mayor crecimiento en turismo emisor y el tercero del mundo por detrás de China e India.

España ha ganado cuota de mercado en los últimos tres años, del 2,91% en 2004 al 3,71% en 2006. Continúa como tercer destino preferido por los rusos que viajan al extranjero para pasar sus vacaciones situándose Turquía en primer lugar y Egipto en segundo.

En cuanto a las comparativas año a año en el trienio 2004-2006 nos encontramos con los siguientes datos:

- En 2004, subida del 23,7% con respecto al 2003.
- En 2005, subida del 18,3% en relación al 2004.
- En 2006, subida del 16,3% en relación con 2005.

El mercado ruso representa, en número de turistas, el 0,6% del total del turismo internacional que recibimos. En gastos, sin embargo, supuso el 1,1% lo que indica el alto poder adquisitivo medio del turista ruso en relación con otros mercados de mayor número de turistas.

En otro orden de cosas, existe un aumento notable de los viajes individuales al exterior debido a los viajes de negocios o de estudios y al de compras de segundas residencias tanto en las costas del Mediterráneo, en los Emiratos Árabes como en algunas capitales europeas por parte de ciudades rusas, aunque el paquete turístico sigue teniendo un mayor peso porcentual.

También hay que indicar que en Rusia el número de usuarios de Internet está creciendo rápidamente. Se calcula que existen unos 20 millones de usuarios pero para los mercados con obligatoriedad de visado, como es el caso de España, su uso para las reservas directas es prácticamente inexistente.

La previsión de crecimiento en número de turistas para la temporada es de entre un 24 y un 28%.

En cuanto a los charter, los TT. OO. mantienen sus destinos tradicionales de sol y playa en España. Se oferta toda la costa española, desde Gerona hasta Huelva además de Baleares y Canarias.

Los vuelos comenzarán a operar a primeros de junio con una frecuencia semanal y saldrán desde 10 ciudades rusas incluyendo, por supuesto, Moscú y San Petersburgo.

En cuanto a las líneas regulares, y en virtud del nuevo convenio hispano-ruso de aviación civil firmado en junio del 2006, incrementarán su oferta como sigue:



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

Españolas

- **Iberia.** Desde el 1 de junio pasará de 7 a 12 vuelos/semana desde Moscú a Madrid y empezará a operar 2 vuelos/semana desde San Petersburgo a Madrid.
- **Clikair.** Sigue en negociaciones para empezar a volar 7 veces/semana desde Moscú a Barcelona.

Rusas

- **Aeroflot.** Pasará de 7 a 11 vuelos/semana desde Moscú a Madrid. De 8 a 10 de Moscú a Barcelona y de 1 a 3 de Moscú a Málaga.
- **Vim-Avia.** Tendrá 2 vuelos semanales de Moscú a Barcelona.
- **Transaero.** 1 vuelo de Moscú a Barcelona y 1 de Moscú a Tenerife.
- **Sibir.** 1 vuelo de Moscú a Tenerife.
- **Rossiya.** 3 vuelos de San Petersburgo a Barcelona.

Así pues, AENA prevé un incremento del 34,6% en el número total de vuelos desde Rusia para la temporada en relación con la del año pasado.

Para terminar, destacar que es notable tanto la oferta como la demanda de las rutas culturales, las excursiones y visitas a ciudades de las que el turista ruso es un excelente consumidor.



3ª Bolsa de Comercialización de Turismo de Golf de
Andalucía
31 octubre 2007. El Ejido (Almería)

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó en un workshop convocado por Turismo Andaluz. La acción promocional se desarrolló en el marco de la 3ª Bolsa de Comercialización de Turismo de Golf celebrada en Almerimar (El Ejido, Almería), el día 31 de octubre.

Con esta acción, que tiene periodicidad bienal y carácter profesional, se ha pretendido mostrar el potencial que tiene el turismo de golf en Andalucía, presentando todos sus formatos y soportes posibles. Además, quisimos facilitar el encuentro directo con la demanda para obtener, de primera mano, una visión real de las necesidades que tiene la misma con respecto a nuestro destino, haciéndoles llegar, al mismo tiempo, los variados y competitivos recursos con los que cuenta Andalucía.

A la cita acudieron TT. OO. procedentes de Alemania, Bélgica, EE. UU., Italia, Noruega, Polonia, Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza. Por su parte, los Patronatos Provinciales de Turismo acudieron acompañados de destacados empresarios del sector de cada una de las provincias que quisieron mostrar en esta cita turística lo más relevante de su oferta.

En general, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol ha hecho un balance muy satisfactorio de nuestra participación en esta acción. En este sentido, se establecieron interesantes contactos que tienen por objeto atraer más turistas interesados en la práctica del golf a nuestra provincia.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU

FOROS PROFESIONALES



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

FOROS PROFESIONALES 2007

FECHA	EVENTO	PAIS/CIUDAD
14 al 17 febrero	XX REUNIÓN NACIONAL DE LA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS ORGANIZADORAS PROFESIONALES DE CONGRESOS	Madrid
8 al 11 marzo	IX ASAMBLEA GENERAL GRUPO EUROPA VIAJES	Arona (Tenerife)
22 al 25 marzo	WORLD HEALTH TOURISM CONGRESS (WHTC)	Limassol (Chipre)
29 al 30 marzo	CONGRESO SNAV	Cádiz
1 abril	REUNIÓN ANUAL JETTOURS	Málaga-Costa del Sol
11 al 13 abril	ICCA CAPÍTULO IBÉRICO	Funchal (Madeira)
12 al 15 abril	PRESENTACIÓN SIMA	Miami
8 junio	WORKSHOP STA-AITO	Sevilla
28 al 30 septiembre	PRESENTACIÓN SIMA	Boston
1 octubre	CONGRESO UPAV-WORKSHOP	Sevilla
27 al 31 octubre	CONGRESO MUNDIAL ICCA	Pattaya (Tailandia)
4 al 6 noviembre	FORUM GREAT HOTELS OF THE WORLD	Málaga-Costa del Sol
20 al 25 noviembre	VIII JORNADAS INVERSAS INTERNACIONALES DE TURISMO ACTIVO	Granada
23 al 25 noviembre	CONGRESO TRAVEL COUNSELLORS	Manchester
6 al 9 diciembre	SIMA CANADÁ	Blue Mountain, Ontario



XX Reunión Nacional de la Federación Española de Empresas Organizadoras Profesionales de Congresos 14 – 17 febrero 2007. Madrid

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó durante los días 14 al 17 de febrero en la XX Reunión Nacional de la Federación Española de Empresas Organizadoras de Congresos, que celebró su vigésimo cumpleaños en Madrid.

Esta reunión, en la que se dieron cita profesionales del sector (Convention Bureaux, OPC's, hoteleros, palacios de congresos así como otras empresas de servicios), pretende servir de foro de encuentro en el que debatir los temas que más preocupan.

La vigésima reunión de OPC España fue inaugurada por la secretaria general de Turismo, Amparo Fernández, quién recalcó que España tiene un largo recorrido en el turismo de congresos, reuniones e incentivos, que crecerá un 50% durante los próximos 10 años. Destacó su importancia como segmento desestacionalizador del turismo español e insistió en que ayudará a la internacionalización del turismo, a la mejora de la competitividad y a corregir las debilidades estructurales del turismo ocurridas en los últimos años. Del mismo modo hizo alusión a la nueva estrategia "Horizonte 2020" que está desarrollando el Consejo Español de Turismo, que será consensuada con el sector y debiera estar preparada para finales de 2007.

Durante los días de celebración de este encuentro tuvieron lugar diversas conferencias, mesas redondas y talleres de trabajo en los que se abordaron diversos temas y problemáticas que preocupan al sector del turismo de congresos: la colaboración entre cadenas hoteleras, palacios de congresos y empresas de OPC, la relación OPC-Convention Bureau, la gestión del programa científico de congresos o el control de accesos y acreditaciones, entre otros.

Igualmente el presidente de OPC España, Julio Abreu, presentó los resultados de la encuesta de OPC España-Ejercicio 2006 realizada a 75 empresas organizadoras de congresos con objeto de cuantificar los congresos autonómicos, nacionales e internacionales que tuvieron lugar en 2006, número de clientes, el volumen de facturación y la opinión de sus miembros en cuanto a las relaciones con proveedores, instituciones, así como expectativas en cuanto al 2007 se refiere.

IX Asamblea General Grupo Europa Viajes 8 – 11 marzo 2007. Arona (Tenerife)

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo participó en la IX Asamblea General del Grupo Europa Viajes (GEV), asociación de agencias de viajes españolas, con el objetivo de colaborar de forma efectiva en el desarrollo de la misma por tercer año consecutivo.

2. Formato

Como viene siendo tradicional en este tipo de encuentros, el Patronato de Turismo participó en las diferentes sesiones de trabajo y patrocinó la cena de clausura que tuvo lugar el 10 de marzo.

3. Desarrollo

Por tercer año consecutivo, 2005 en la Costa del Sol y 2006 en Jerez de la Frontera, por invitación de Europa Viajes participamos y colaboramos en la IX Asamblea General de este colectivo empresarial que aglutina 260 casas centrales y 410 puntos de venta.

Durante el desarrollo de la jornada de trabajo se realizó una presentación con proyección de DVD del destino Andalucía. Posteriormente, Turismo Andaluz patrocinó el almuerzo de trabajo.

Por otra parte, José Francisco Santana, presidente del Grupo Europa Viajes, agradeció en varias ocasiones al Patronato de Turismo de la Costa del Sol la colaboración y apoyo que viene prestando a este colectivo en los últimos años, además de verlo reflejado en la memoria de actividades que entregó a sus asociados.

La colaboración por parte del Patronato de Turismo consistió en la esponsorización de parte de la cena de clausura llevada a cabo en el complejo Mare Nostrum.

Durante el transcurso de esta cena tuvimos ocasión de dirigirnos a los asistentes a la misma en un gesto más por parte del Grupo Europa de agradecernos la colaboración prestada.

En otro orden de cosas, aprovechamos la oportunidad para invitar al Grupo Europa a realizar una reunión de su Junta Directiva coincidiendo con la feria Eurocotat, que tuvo lugar en Torremolinos del 7 al 10 de junio de 2007.



4. Conclusiones

En la línea habitual de colaboración con los congresos de agentes de viajes nacionales, se nos brinda una magnífica oportunidad de contactar con los 260 participantes de esta Asamblea General procedentes de diferentes comunidades autónomas españolas.

Un elevado número de estos profesionales, y en particular su Junta Directiva, expresaron en reiteradas ocasiones el agradecimiento por la colaboración que les hemos prestado y que esperan que sigamos llevando a cabo en el futuro.



World Health Tourism Congress (WHTC) 22 – 25 marzo 2007. Limassol (Chipre)

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo participó en la segunda edición del WHTC celebrado en Chipre, concretamente en el hotel Le Meridien Limassol Spa & Resort.

El objetivo principal de nuestra participación en este congreso fue el presentar a la Costa del Sol como sede del congreso en 2008, además de ofrecer presentaciones de nuestro destino junto con su oferta de salud, bienestar y servicios médicos a los compradores internacionales invitado al dicho congreso.

2. Formato

WHTC es un congreso enfocado a compradores (Ministerio de Sanidad sobre todo de países árabes y africanos, TT. OO. especializados en turismo de salud, compañías de seguros y empresas multinacionales) y a proveedores (destinos especializados en servicios médicos y de bienestar, clínicas, hospitales, incluyendo asociaciones que engloban varios hospitales, TT. OO. receptivos especializados, etc.).

El congreso se celebró durante un fin de semana, el sábado en horario de 08.30 a 17.15 horas y el domingo de 09.00 a 17.00 horas.

Se trata de un congreso de perfil comercial que utiliza un formato de workshop para facilitar el contacto entre proveedor y comprador. Cada proveedor cuenta con una agenda de 12 citas confirmadas con los compradores potenciales. Esta edición contó con un total de 120 empresas o entidades compradoras en su mayoría de la zona del Golfo, seguidos por África, Europa, EE. UU., Canadá y Asia, además de 98 proveedores procedentes de 35 países.

Además de las reuniones, el congreso cuenta con un programa de presentaciones y seminarios, cada uno de una hora y media de duración, que contaron con la asistencia de unas 30 personas.

Con respecto al primer congreso, en esta segunda edición se produjo un incremento del número de congresistas en un 70% de compradores y en un 60% de proveedores.

También estuvieron presentes algunos medios de comunicación especializados de Reino Unido y de los países del Golfo, así como empresas de representación y empresas públicas del sector.

3. Desarrollo

El congreso contó con el patrocinio de la Oficina de Turismo de Chipre y fue inaugurado por el ministro de Comercio, Cultura y Turismo, el comisario de Sanidad de la Unión Europea y el presidente de la Oficina de Turismo de Chipre.

El viernes por la noche se ofreció un cocktail para todos los asistentes al objeto de facilitar una primera toma de contacto, siendo la inauguración oficial el sábado día 24 por la mañana. A continuación dio comienzo el congreso con presentaciones, workshops y una rueda de prensa, actos que contaron con la presencia del Cyprus Tourist Office, Aura Events, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol y la recién formada asociación denominada International Medical Travel Association (Asociación Internacional de Viajes de Salud).

En el transcurso de la rueda de prensa, tras la intervención de la Oficina de Turismo de Chipre, el Patronato de Turismo tuvo la oportunidad de anunciar la celebración de este congreso en la Costa del Sol en 2008. Asimismo, se presentó la IMTA (International Medical Tourism Association), iniciativa promovida por PATA (Pacific Asia Travel Association) y la Oficina de Turismo de Singapur. El objetivo de esta asociación es el de ofrecer una plataforma de colaboración e intercambio entre todos los participantes de la industria del turismo de salud a nivel internacional. En su intervención el Dr. Steven Tucker, presidente de la asociación, afirmó que la industria generará más de cuatro millones de dólares en Asia antes del año 2012 y en estos momentos se calcula que más de 1.300.000 turistas visitan Tailandia, Singapur, India y Malasia.

A las presentaciones ofrecidas por el Patronato asistieron 60 profesionales que mostraron gran interés por la Costa del Sol y su infraestructura médica y de bienestar.

Al congreso también asistió Xanit, socio del Patronato, representado por su director general-director médico, además de un médico especialista de origen árabe y el responsable comercial de dicho hospital. Esta empresa acudió bajo las condiciones normales de la organización del congreso y participó activamente en el programa de citas. Por otro lado, y como observador, participó Promotur representado por el director general de Vitania.

Tanto los almuerzos como los coffee breaks contaron con el patrocinio de las empresas mencionadas.

La noche del sábado se celebró la cena de gala en un restaurante de la ciudad de Limassol donde se ofreció un buffet con platos típicos, seguido de una actuación de folclore y malabarista con un toque de humor haciendo participar a los asistentes. La noche terminó con baile y música en vivo.

La organización ofreció una extensión de la estancia a los compradores a fin de conocer en profundidad el destino, incluyendo una cena el domingo que tuvo lugar en un restaurante griego con música típica así como dos excursiones el día después del cierre del congreso, una de día completo en Pafos y otra de medio día a un pueblo cercano.

4. Conclusiones

En el sector existe un auge importante en la demanda de servicios médicos y una mayor disponibilidad por parte del cliente de viajar a otro país para contratar su tratamiento, debido en gran parte al alto coste de éste en su propio país, las listas de espera o, en el caso de África y algunos países árabes, por la falta de infraestructura médica.

Los tratamientos más solicitados suelen ser servicios especializados en oncología, neurología, trasplantes de órganos, además de cirugía cosmética y otros tratamientos estéticos.

Además de los países mencionados, existe una demanda elevada de estos servicios en países como Reino Unido, Canadá y EE. UU. Los destinos con mayor tradición en este tipo de turismo son Singapur, India, Tailandia y Sudáfrica donde el coste del tratamiento puede llegar a representar una décima parte del coste en EE. UU. o Europa Occidental.

Otros países que han mostrado interés en desarrollar este tipo de turismo son Argentina, Costa Rica, Jordania, Malasia, Hungría y los Países Bálticos.

Cabe destacar la presencia de Barcelona Centro Médico, asociación española que representa a ocho hospitales de la Ciudad Condal bajo el paraguas de la Generalitat de Cataluña, Cámara de Comercio de Barcelona, Ayuntamiento de Barcelona, Turismo de Barcelona, Turismo de Cataluña, además de La Caixa.

La Costa del Sol con su infraestructura turística, unida a su gran variedad de centros de spa y belleza y a su cada vez mayor oferta de clínicas privadas de reconocido prestigio, está bien situada para entrar en este mercado. Por este motivo, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol se propuso captar este evento para el año 2008, consiguiendo superar a otros destinos como Filipinas y Sudáfrica.

Se calcula que en el congreso del 2008 se podrían alcanzar cifras superiores a las de esta edición, con la participación de 300 profesionales relacionados con esta industria lo que supondrá una ocasión inmejorable para dar a conocer la Costa del Sol como un destino excelente para el turismo de salud.



Congreso SNAV 29 – 30 marzo 2007. Cádiz

A mediados del mes de marzo el Patronato de Turismo recibió una convocatoria por parte de Turismo Andaluz para participar en un encuentro profesional en formato de workshop que tuvo lugar en Cádiz con motivo de la celebración del congreso SNAV.

SNAV (Syndicat National des Agences de Voyages et des Tour Opérateurs) es la asociación nacional de agentes de viajes y TT. OO. franceses.

El congreso se celebró en el Palacio de Congresos de Cádiz y para el workshop se habilitaron varias salas repartidas en dos plantas del palacio, el primer día en horario de 09.30 a 17.00 horas y el segundo día hasta las 13.30 horas. Ambas sesiones incluyeron un almuerzo con los asistentes al congreso.

Al workshop del primer día asistieron alrededor de 60 personas, entre Patronatos y empresarios, y el segundo la asistencia giró en torno a las 30 personas.

En cuanto al número de congresistas rondó los 250 agentes de viajes procedentes de toda Francia.

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol asistió también a la fiesta andaluza organizada para los asistentes la noche del 29 de abril en una prestigiosa bodega de Chiclana.

Los agentes que se acercaron a nuestra mesa mostraron especial interés por la Costa del Sol, sobre todo por su oferta cultura, así como por el turismo rural. Además se interesaron por “venues” para eventos para sus grupos de incentivos.



Reunión Anual Jettours 1 abril 2007. Málaga-Costa del Sol

A principios del mes de enero el Patronato de Turismo contactó con Ultramar Express para ver la posibilidad de colaborar en la Reunión Anual de Jettours, tour operador francés al que representan, que tuvo lugar a finales del mes de marzo en la Costa del Sol.

Jettours es un tour operador francés que trabaja con la Costa del Sol desde hace muchos años y está especializado no sólo en vacacional, sino también en el mercado de salud y bienestar, turismo activo, etc. En la actualidad tiene cuatro catálogos diferentes de nuestra zona: sol y playa, thalasso, a la carta y circuitos.

Durante su estancia el grupo, formado por 150 agentes de viajes, se alojó en el Gran Hotel Elba Estepona y visitó varios hoteles que venden en sus catálogos. Además tuvieron la oportunidad de realizar excursiones a Ronda y Marbella.

El Patronato de Turismo junto a la Oficina Española de Turismo de París, colaboraron en esta reunión anual ofreciendo una cena de gala en el Cortijo de Cortes (Ctra. de Benahavís). Dicha cena consistió en un cocktail amenizado por un grupo de bandoleros, entrega de flores a las señoras a su llegada a la casa y un espectáculo de caballos. Seguidamente tuvo lugar la cena al inicio de la cual se proyectó un DVD de la Costa del Sol para finalizar con un espectáculo flamenco.

El día de llegada del grupo se les hizo entrega de un detalle así como de material informativo de la provincia de Málaga.



ICCA Capítulo Ibérico 11 – 13 abril 2007. Funchal (Madeira)

El Patronato de Turismo, a través de su Convention Bureau, asistió a la reunión del Capítulo Ibérico de ICCA (España-Portugal) que tuvo lugar en Funchal (Madeira) durante los días 11 al 13 de abril.

ICCA es la asociación internacional más importante dentro del sector de turismo de reuniones. Se fundó en 1963 por un grupo de agentes de viajes y cuenta con un enorme prestigio hoy en día, además de aglutinar a los organizadores de congresos, reuniones e incentivos, hoteles, palacios de ferias y congresos, así como los Convention Bureaux más importantes del mundo y todas las grandes publicaciones especializadas. De hecho el Convention Bureau del Patronato de Turismo de la Costa del Sol es socio desde hace siete años. En la actualidad está formada por más de 800 miembros de 80 países diferentes.

Desde que se constituyó legalmente el Capítulo Ibérico, esta asociación se reúne anualmente en un encuentro de carácter educativo e informativo para los miembros de la misma, rotando entre España y Portugal.

El Convention Bureau de la Costa del Sol forma parte de la Junta Directiva de ICCA Capítulo Ibérico a raíz de las elecciones celebradas este año en Asamblea General, cargo que se mantendrá hasta dentro de dos años cuando vuelvan a celebrarse elecciones.

Entre los objetivos previstos figura el posicionamiento de la marca en el Head Office de ICCA, captación de socios y mejora de la comunicación.



Presentación SIMA 12 – 15 abril 2007. Miami

1. Acción - objetivo

Entre los días 12 y 15 de abril se celebró en la ciudad de Miami una nueva edición de la presentación de España como destino de reuniones e incentivos a través de la organización SIMA (Spain Incentive and Meetings Association), que se consolida como una asociación que representa los intereses de sus miembros (hoteleros y agencias de viajes de todo el país). Se trata de un mercado importante para el destino España al que nos venimos acercando desde hace años y en el que varios socios del Patronato de Turismo (Convention Bureau) tienen gran interés por las posibilidades que ofrece.

Esta promoción funcionó a la perfección ya que se consiguieron 14 compradores de todo el país que se reunieron en Miami para la ocasión, logrando un alto nivel de relaciones y oportunidades empresariales. Para este año, y debido al gran esfuerzo que SIMA está realizando para crecer con la colaboración de Turespaña y la nueva incorporación de socios, se confirmó una segunda promoción en EE. UU., concretamente en Boston del 28 al 30 de septiembre justo después de la IT&ME de Chicago, aprovechando la inauguración del nuevo vuelo de Iberia Boston-Madrid.

El Patronato de Turismo decidió volver a incorporar este evento al Plan de Acción 2007 ya que el destino debe estar presente en esta promoción y situarse como uno de los principales destinos MICE en España. Este es un encuentro bilateral entre EE. UU. y España donde este año han habido tres sponsors: Turismo Andaluz, Málaga Convention Bureau y Costa del Sol Convention Bureau. Gracias a esto, las oportunidades de venta del destino han sido altas.

Este es un mercado con un buen perfil, con estancias largas normalmente en hoteles de 5 estrellas, amantes del golf, de los spa, de las compras y que, además, quiere aprovechar su estancia para visitar otras ciudades andaluzas. Ahora mismo el dólar americano no está fuerte y es por ello que a los estadounidenses les cuesta venir a Europa pero, aún así, las grandes empresas quieren que sus empleados, vendedores o mejores clientes crucen el Atlántico y nos visiten. Hay que decir que nuestros principales competidores son Irlanda, Reino Unido, Francia e Italia.

2. Formato

El formato de este evento es de los más efectivos pues se trata de un fin de semana de convivencia en un hotel destacado, en este caso fue el Ritz-Carlton de Coconut Grove, donde las oportunidades de hablar tranquilamente con los clientes es muy alta.

El Patronato de Turismo patrocinó el desayuno de trabajo del día 14 de abril donde se realizó una nueva presentación en PowerPoint del destino Costa del Sol



acompañada por un vídeo. Posteriormente tuvo lugar un workshop de tres horas de duración en el que los socios de SIMA, procedentes de hoteles y agencias de viajes de varios destinos españoles, presentaron sus productos.

3. Desarrollo

El desarrollo de esta acción fue muy efectivo. El Patronato de Turismo de la Costa del Sol pudo contactar con todos los clientes. Muchos de ellos tenían grandes operaciones previstas para nuestro destino para el 2007 y 2008.

4. Conclusiones

La realidad es que existe una gran demanda hacia España y eso se pudo constatar a lo largo del fin de semana. Les gusta mucho Madrid y Barcelona aunque son amantes de Andalucía en general y de la Costa del Sol con “su Marbella”.

Creen que no hay una buena promoción por parte de España y agradecen este tipo de eventos. Dicen que todavía no conocen bien el producto España, que conocen más otros países europeos debido a grandes promociones realizadas en EE. UU. por parte de los mismos.

Es por ello que ahora, y más que nunca, hay que luchar por promocionarse mas y mejor en este “continente” que no deja de ser el mercado que más beneficios deja en un destino.

Workshop STA-AITO 8 junio 2007. Sevilla

Presencia del Patronato de Turismo en el workshop de STA-AITO organizado por el Patronato de Turismo de Sevilla en colaboración con la Oficina Española de Turismo de Londres y Turismo Andaluz.

Dicho workshop se llevó a cabo con motivo de la VIII Conferencia Anual de la División de Agencias de Viajes Británicas Especializadas de la AITO, asociación británica más importante de TT. OO. independientes.

AITO es una asociación que representa a 160 operadores turísticos de Reino Unido. Patrocina unas líneas generales de conducta en pro de un turismo responsable que sus miembros firman como parte de su compromiso con la asociación, que pretenden ayudar a las compañías, clientes y proveedores locales a reconocer sus responsabilidades con respecto a los siguientes temas:

- Proteger el Medio Ambiente, su flora, fauna y paisajes.
- Respetar las culturas locales, tradiciones, religión y herencia cultura.
- Generar riqueza en las sociedades locales.
- Minimizar la contaminación ambiental generada.

La asociación ayuda a sus miembros a formular una estrategia propia a través de una base de datos de consejos y ejemplos.

La convención anual de STA (Agentes de Viajes Especializados) de la AITO, cuya última edición se celebró en Isla Mauricio, tuvo como objetivo el proporcionar a sus socios un foro de discusión sobre los asuntos relevantes del sector, así como decidir estrategias empresariales.

El encuentro que se celebró en Sevilla tuvo una duración de tres días, del 7 al 10 de junio, y dentro de las actividades programadas se llevó a cabo un workshop el día 8 de junio de 14.30 a 17.00 horas.

Junto al Patronato de Turismo de la Costa del Sol participaron el Ayuntamiento de Málaga, Serhs Tourism, hotel Hacienda Costa del Sol, Insur Travel, hotel Almenara Golf, Holiday World Hoteles, Gran Hotel Costa del Sol, Abies Travel, Ultramar Express y Alanda Club Marbella.

En este importante encuentro, en el que participaron 120 agencias de viajes especializados en "viajes a la carta" o de "interés especial", el Patronato de Turismo de la Costa del Sol tuvo ocasión de contactar con TT. OO. como Classic Collection, Traveltime, Cox & Kings y All Ways Spain entre otros. De esta forma, pudimos presentarles la gran variedad de posibilidades que ofrece nuestro destino así como destacar la nueva web del Patronato y su utilidad tanto para turistas como para



profesionales. Se mostraron muy interesados en colaborar en futuras acciones como fam-trips y visitas de inspección a los hoteles de más alta categoría ya que éstos TT. OO. y agencias están especializados en el turismo de lujo y son bastante selectivos a la hora de elegir destino.



Presentación SIMA 28 – 30 septiembre 2007. Boston

1. Acción - objetivo

Durante los días 28 y 30 de septiembre, en la ciudad de Boston, se celebró una nueva edición de la presentación de España como destino de reuniones e incentivos a través de la organización SIMA (Spain Incentive and Meetings Association). Se trata de un mercado fuerte al que nos venimos acercando desde hace años y en el que varios socios del Patronato de Turismo y su Convention Bureau tienen un gran interés por las posibilidades económicas que ofrece.

Esta presentación constituyó todo un éxito ya que asistieron 21 compradores consiguiendo un alto nivel de relaciones y oportunidades empresariales. Debido al alto grado de interés hacia el destino España por parte de compradores americanos, esta es la segunda edición organizada este año tras la realizada en Miami en abril de 2007. Turespaña está apoyando fuertemente este nuevo formato y quiso colaborar con una segunda edición en 2007.

En último momento, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol decidió volver a incorporar este evento al Plan de Acción 2007 ya que en los últimos doce meses se ha traído a la costa varios grupos de americanos y porque se está recibiendo un alto número de peticiones para el 2008. Esta es una promoción bilateral entre EE. UU. y España donde se ha vuelto a realizar una esponsorización y presentación de destino durante el desayuno de trabajo del primer día. Gracias a esto, las oportunidades de venta del destino fueron altas.

Otros Convention Bureaux presentes fueron Barcelona, Toledo, Bilbao y Madrid. También estuvieron presentes varios miembros del Costa del Sol Convention Bureau: Cititravel, Libertad Meetings and Incentives, Técnica Incentives, First Choice y Ultramar Incentives.

Se trata de un gran mercado de vital importancia para nuestro destino a pesar de la desventaja del dólar frente al euro en estos momentos, con un buen perfil, con estancias largas en hoteles de 5 estrellas, amantes del golf, de los spa, de las compras y que, además, quiere aprovechar su estancia para visitar otras ciudades andaluzas.

Todo esto se está viendo muy beneficiado con la puesta en marcha de los nuevos vuelos de Iberia a Madrid (Boston y Washington) que están llenándose diariamente y por el nuevo e importante anuncio del vuelo que empezará a operar el 5 de junio de 2008, línea directa entre Nueva York (JFK) y Málaga.

2. Formato

El formato de este evento es de los más efectivos pues se trata de un fin de semana de convivencia en un hotel destacado. Las oportunidades de habla tranquilamente con los clientes son muy altas. El Costa del Sol Convention Bureau esponsorizó el desayuno de trabajo del día 29 de septiembre donde realizó una detallada descripción del destino y sus últimas novedades, además de proyectar un vídeo. Luego se realizó un workshop de tres horas de duración donde los socios de SIMA, procedentes de hoteles y agencias de viajes de varios destinos españoles, presentaron sus productos. La Costa del Sol contó con su propia mesa de trabajo.

3. Desarrollo

El desarrollo de este evento fue muy efectivo. El Costa del Sol Convention Bureau pudo contactar con los 21 clientes participantes a lo largo de los dos días de convivencia.

4. Conclusiones

La realidad es que existe una gran demanda hacia España, cuestión que se ha podido constatar a lo largo del fin de semana. Se puede decir que EE. UU. sigue siendo un “mercado emergente” pues son tantos los estados y las nuevas y jóvenes empresas, además de las grandes agencias y multinacionales con departamento de reuniones, que nunca es demasiado el estar allí vendiendo nuestro destino. Hay que tener en cuenta que otros países europeos hacen muchísimas más promociones que España y por ello nos ganan terreno.

Según algunos socios del Convention Bureau que están muy especializados en el mercado americano, dicen que están notando una reactivación de petición de grupos en la Costa del Sol y que para el 2008 ya son muchos los grupos confirmados y con altos presupuestos.

Los nuevos vuelos directos de Delta entre Málaga y Nueva York (JFK) se operarán con aviones de 757-200 con un máximo de 174 plazas y dos clases de servicios. Incorporarán la galardonada case Business Elite de Delta y el innovador sistema de entretenimiento a bordo, líder del sector, disponible en cada uno de los asientos del avión. El nuevo vuelo directo de Delta entre Málaga y Nueva York (JFK) tendrá los siguientes horarios y frecuencias:

- **Vuelo 162 – 4 de junio de 2008, 17.05 – 07.00 del día siguiente:** miércoles, viernes y domingo. La frecuencia aumentará a cuatro vuelos semanales a partir del 8 de julio de 2007.
- **Vuelo 163 – 5 de junio de 2008, 09.30 – 11.50:** lunes, jueves y sábados. Estos horarios podrías sufrir modificaciones a partir del 8 de julio de 2008.



Congreso UPAV - Workshop 1 octubre 2007. Sevilla

A través de Turismo Andaluz, el Patronato de Turismo participó en un encuentro profesional en formato de workshop que tuvo lugar con motivo de la celebración del congreso de UPAV en Sevilla.

La UPAV (Unión Profesional de Agencias de Viajes Francófonas Belgas) fue constituida en 1937 siendo el objetivo de su creación el estudio, la protección y el desarrollo profesional de sus miembros. Bélgica cuenta con 1.970 agencias de viajes de las que 766 pertenecen a la comunidad francófona. De esta totalidad, 406 son miembros de la UPAV.

Anualmente la UPAV organiza un congreso cuya finalidad es el reencuentro de sus miembros con los diferentes profesionales del sector turístico, líneas aéreas, medios de comunicación, etc. Mencionar que en 1999 eligieron la Costa de la Luz de Cádiz para su encuentro anual.

En esta ocasión, se reunieron alrededor de 200 participantes entre los que se encontraban agentes de viajes, TT. OO. y varios periodistas de distintos medios de comunicación especializados, así como representantes del Comisariado de Turismo Belga.

El congreso se celebró en el hotel Barceló Renacimiento de Sevilla habilitándose una sala de dicho hotel para la celebración del workshop que se desarrolló en horario de 09.30 a 13.30 horas, incluyendo un desayuno andaluz para los asistentes al congreso.

Con el objeto de incentivar a los compradores a visitar el mayor número de vendedores posible, se distribuyeron unos "pasaportes" entre los primeros para llevar a cabo una recopilación de sellos que obrarán en poder de los empresarios andaluces. Se otorgaron una serie de premios a aquellos vendedores que hubieran visitado un mayor número de mesas.

Los agentes que se acercaron al espacio ocupado por la Costa del Sol mostraron mucho interés por nuestra provincia, sobre todo por la oferta cultural además de la oferta rural y de aventura.



Congreso Mundial ICCA 23 – 27 octubre 2007. Pattaya (Tailandia)

El Patronato de Turismo, a través de su Convention Bureau, participó en la 46 Asamblea General y Congreso Mundial de ICCA (International Congress & Convention Association) celebrado en Pattaya, Tailandia, del 27 al 31 de octubre 2007.

ICCA es la asociación internacional más importante dentro del sector turismo de congresos y reuniones. Fue fundada en 1963 por un grupo de agentes de viajes y cuenta con un enorme prestigio hoy en día, además de aglutinar a los organizadores de congresos, reuniones e incentivos y Convention Bureaux más importantes del mundo, proveedores de la industria y las grandes publicaciones especializadas. El Convention Bureau del Patronato de Turismo de la Costa del Sol es miembro asociado desde el año 1994.

Este congreso mundial nos brinda cada año la oportunidad de renovar ideas, de acercarnos a la problemática de la industria MICE, de conocer su realidad, de intercambiar información, opiniones y experiencias con otros proveedores, contrastar la situación actual del mercado, analizar las tendencias en otros destinos turísticos de relevancia y participar, además, en unos seminarios hechos a medida que imparten grandes profesionales del turismo de reuniones.

Actualmente el Convention Bureau del Patronato de Turismo de la Costa del Sol forma parte del Comité Ejecutivo de ICCA Capítulo Ibérico. Como consecuencia de ello, se han mantenido varias reuniones con el ICCA Head Office y otros capítulos con el fin de intercambiar experiencias y contrastar las vías de captación de congresos en otros destinos.

El Convention Bureau estudia la posibilidad de traer a la Costa del Sol uno de los eventos de carácter internacional organizado por esta asociación para el año 2010.

Se trata sin duda de una promoción de bajo coste pero de una altísima efectividad donde se establecen grandes contactos con proveedores de la industria MICE y prensa especializada de todo el mundo.



Forum Great Hotels of the World 4 – 6 noviembre 2007. Málaga-Costa del Sol

Entre los días 4 y 6 de noviembre tuvo lugar en la Costa del Sol el Forum Great Hotels of the World, evento que reunió durante dos jornadas de workshops a más de 70 hoteles internacionales y 100 meetings planners de los mercados francés, suizo y algunos españoles.

El encuentro tuvo lugar en el hotel Puente Romano de Marbella que, junto con Cititravel, colaboraron en la organización de este Forum, siendo la primera vez que se celebraba en España.

El Patronato de Turismo, a través de su Convention Bureau, colaboró en este evento patrocinando un espectáculo de flamenco en la cena de gala que tuvo lugar el 5 de noviembre en el hotel Puente Romano. En el transcurso de dicha cena se proyectó ininterrumpidamente un DVD con imágenes de la Costa del Sol enfocado en el segmento MICE.

Asimismo, los invitados también pudieron disfrutar de una actividad de team building en Marbella, organizada por Cititravel, que consistió en una “Caza del Tesoro” por las calles de Marbella.

En general, tanto invitados como organizadores manifestaron estar satisfechos con el desarrollo del programa y las jornadas de trabajo.

VIII Jornadas Inversas Internacionales de
Turismo Activo
20 – 25 noviembre 2007. Granada

1. Acción - objetivo

A petición de Turismo Andaluz, el Patronato de Turismo participó en la VIII Jornadas Inversas Internacionales de Turismo Activo organizadas por el Patronato Provincial de Turismo de Granada.

Igualmente se invitó a participar a empresas e instituciones de toda Andalucía en un workshop que tuvo lugar el 22 de noviembre en el hotel MA Nazaríes de Granada.

Nuestra presencia en dicho workshop tuvo como objetivo el dar a conocer a los agentes de viajes participantes toda la oferta que el destino Costa del Sol ofrece en relación al segmento de turismo activo centrado fundamentalmente en la Serranía de Ronda, la Axarquía y los Montes de Málaga.

2. Formato

El workshop se celebró el 22 de noviembre en Granada y tuvo una duración de cuatro horas, desde las 17.00 a las 21.00 horas, y fue seguido de una cena en la discoteca Mae West.

3. Desarrollo

Por parte de los compradores se encontraban agentes de viajes y empresas especializadas en turismo activo de algunos países emisores potenciales para Andalucía que acudieron con el fin de consolidar su oferta, ampliar las relaciones comerciales y mejorar la imagen de este segmento en los mercados de origen. Los participantes fueron 35 empresas procedentes de Alemania, Reino Unido, Bélgica, Holanda, Italia, Polonia, Rusia y Escandinavia, habiendo sido seleccionadas en colaboración con las diferentes Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero responsables de dichos mercados.

Por parte de la oferta de la provincia de Málaga asistieron un total de nueve socios del Patronato de Turismo entre los que se encontraban Cititravel, Viajes Benamar, Ultramar Express, Servitour, CIT Antequera, GD Aventura, Euromotivation, Libertad Meetings & Incentives y RTA Events & Incentives.

Tras el workshop tuvo lugar una cena en una de las discotecas más conocidas de Granada, Mae West, seguida de una actuación musical con fusión de jazz.



Añadir que las jornadas para los agentes de viajes invitados se desarrollaron a modo de fam-trip especializado donde todos los participantes disfrutaron de productos de turismo activo y actividades centradas en las últimas tendencias en la provincia de Granada y, a su vez, conocer la provincia y todos los recursos posibles combinables para este segmento: vuelos en paramotor, globo cautivo, descenso de cañones, rutas alternativas, espeleología, rutas 4x4, bautizo de buceo, piragüismo, etc.

4. Conclusiones

Técnicos del Patronato de Turismo valoraron muy positivamente la participación en dicho workshop en el sentido de que los socios participantes tuvieron la oportunidad de contactar con las agencias invitadas, la gran mayoría centradas en el segmento MICE.

De hecho, los socios del Patronato de Turismo mostraron su satisfacción tras el workshop indicando que los agentes extranjeros estaban muy interesados en trabajar en nuestra provincia.



Congreso Travel Counsellors 23 – 25 noviembre 2007. Manchester

1. Acción - objetivo

El congreso anual de Travel Counsellors es el evento más significativo del calendario anual de esta importante red de asesores de viajes. Ofrece la oportunidad de poder reunir al equipo directivo y de ventas de la oficina central de Travel Counsellors con los 1.000 asesores de viajes (TC's) que proceden principalmente de Reino Unido y de Irlanda, además de Holanda, España, África del Sur, EE. UU. e incluso Australia. Asimismo, ofrece a los proveedores habituales (cadenas hoteleras, transportistas, líneas aéreas, parques temáticos, etc.) la posibilidad de presentar sus productos en una zona de exposición.

Travel Counsellors es la principal red de asesores de viajes de Reino Unido que ofrece un servicio personalizado desde casa tanto a individuales como a empresas para la organización de todo tipos de viajes, desde paquetes tradicionales, viajes de grupos e incentivos, cruceros o bodas hasta la más amplia oferta de "dynamic packaging" (paquetes dinámicos online) a través de su propio sistema "Phenix".

Los TC's son mayoritariamente mujeres autónomas que trabajan bajo una especie de franquicia y se distinguen por su alta motivación y su gran experiencia en la industria, todas ellas con una experiencia mínima de 15 años.

El Patronato de Turismo, junto con Turismo Andaluz y Turespaña a través de la Oficina Española de Turismo de Londres, presentó la candidatura de la Costa del Sol para acoger el congreso de 2008 en Marbella.

El objetivo de nuestra presencia en este evento fue el de conocer en detalle el perfil y contenido del congreso de cara a la gestión de los servicios necesarios para el año próximo, además de realizar una presentación del destino Costa del Sol, una vez anunciado el destino del congreso de 2008 durante la sesión de cierre.

2. Formato

Durante los dos días de duración del congreso, se celebró una sesión plenaria por la mañana seguida por varias presentaciones a cargo de ponentes de reconocido prestigio especializados en su mayoría en el campo del desarrollo personal y de la automoción y otras técnicas psicológicas para aumentar la autoestima, mejorar la presentación, crear contactos y fomentar la comunicación con clientes potenciales. El último día, tras el anuncio del destino que acogerá el congreso en 2008, se celebró el "PowWow" donde los proveedores tuvieron la oportunidad de exponer su oferta.

Durante la noche del viernes tuvo lugar una cena informal amenizada por un espectáculo de muy buen nivel, mientras que la cena de gala del sábado estuvo

acompañada por una serie de espectáculos, actuaciones de grupos de músicos y entrega de premios.

3. Desarrollo

Hay que destacar el alto grado de expectación que despierta este congreso entre los TC's. Es realmente la única oportunidad que tiene para entrar con contacto personal con sus compañeros y con el personal de la oficina central. Esta falta de contacto a lo largo del año está más que compensada por una sofisticada red informática que permite informar, animar y comunicar tanto a nivel vertical como horizontal por toda la red de TC's. A través de este sistema se ofrecen programas de formación sobre productos y destinos, recomendaciones y críticas sobre la oferta por parte de otros compañeros, un discurso semanal a cargo del presidente de Travel Counsellors, David Speakman, desde su casa en Marbella y reportajes sobre distintas actividades corporativas.

La implicación de la familia del TC en este proceso es importante así como el apoyo comercial y la moral por parte de la oficina central.

Este ambiente de compañerismo fue evidente durante la entrega de premios donde el apoyo mutuo se demostraba una y otra vez. En esta entrega de premios también se mostró el potencial que tienen estos TC's de vender, con premios para nuevos TC's que en sólo seis meses habían generado ventas por valor de más de un millón de libras. El primer premio fue para un TC que había producido tres millones en venta en solo un año, cifra muy superior a la producción habitual de un agente de viajes.

Además de la entrega de premios, se organizó un concurso basado en "El precio más justo" en el que los TC's tuvieron la posibilidad de ganar estancias y paquetes de lo más exótico, todos ofrecidos gratuitamente por los proveedores.

Durante la mañana del último día, David Speakman anunció que Marbella sería el destino para el próximo congreso. Seguidamente se proyectó un DVD sobre nuestro destino y la representante del Patronato de Turismo ofreció un breve discurso. Para cerrar la sesión, se ofreció una actuación de un grupo flamenco por cortesía de Turismo Andaluz que también estuvo representado por una ejecutiva técnica. La respuesta tanto de los TC's como de los otros componentes de la presentación del destino al anuncio de Marbella como próxima sede del congreso fue altamente positiva.

4. Conclusiones

Esta red de asesores de viajes se estableció en el año 1994 y desde entonces está experimentando un crecimiento interanual del orden del 15 al 20% con una producción en 2007 de 300 millones de euros y 200.000 pasajeros. La previsión es que siga creciendo con una producción de 385 millones en 2008 y 535 millones en tres años.



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

Estas cifras son indicadoras del éxito de este sistema, más aún si se tiene en cuenta las tendencias actuales de los mercados emisores. La esencia de este sistema es garantizar un servicio personalizado y de calidad, convirtiendo al cliente en el centro de todo tipo de atenciones personales (tarjeta de felicitación en el aniversario de boda, SMS durante su estancia de vacaciones, botella de champán a la salida del viaje, etc.), además de centrar en el TC el papel de protagonista único en el proceso de presentación de propuesta y cierre de venta del viaje. Además, tienen la posibilidad de poder apoyarse siempre en los servicios administrativos y de post-venta ofrecidos por la oficina central.

Toda vez comprobado el interés y motivación de estos TC's, el Patronato considera que celebrar este evento en Marbella nos puede aportar muchos beneficios con respecto al conocimiento del destino Costa del Sol así como sus productos específicos.



SIMA Canadá 6 – 9 diciembre 2007. Blue Mountain, Ontario

Durante los días 6 al 9 de diciembre se celebró en Blue Mountain, Notario, el 6º Encuentro Anual de SIMA (Spanish Incentive and Meetings Association), un encuentro entre compradores canadienses miembros de esta asociación e instituciones públicas patrocinadoras del evento.

El Patronato de Turismo, a través de su Convention Bureau, participó una vez más como patrocinador de este encuentro junto con Turismo Andaluz y el Convention Bureau de Tenerife.

SIMA nace como iniciativa privada del sector de reuniones e incentivos de España y la componen hoteleros y DMC's nacionales con objeto de velar por los intereses y promocionar el segmento de reuniones e incentivos de España. Organizan anualmente varias reuniones de carácter interno y una reunión anual donde se convoca a compradores canadienses celebrándose, siempre, en territorio canadiense.

En esta edición asistió una pequeña delegación de empresas malagueñas entre las que se encontraban Iberoservice y Técnica de Viajes, ambas miembros del Costa del Sol Convention Bureau.

Como hemos indicado, se trata de unas jornadas de convivencia de un fin de semana entre compradores canadienses y miembros de SIMA. Los invitados proceden de todo el territorio de Canadá y son seleccionados rigurosamente atendiendo a un perfil de compradores tanto corporates como casas de incentivos con capacidad para la organización de incentivos y reuniones en Europa y España. Durante el fin de semana se desarrollan una serie de actividades con el objetivo de interactuar compradores y vendedores. En definitiva, una forma distendida de interrelacionarse con futuros clientes potenciales en algunos casos y con clientes ya asiduos del destino España.

El Convention Bureau de la Costa del Sol ofreció un desayuno el día 8 de diciembre en el hotel Westin de Blue Mountain, sede del programa de SIMA 2007. Allí se tuvo la oportunidad de ofrecer una presentación en PowerPoint del destino.

Asimismo, la noche anterior se les dejó en las habitaciones un libro-álbum elaborado por la Asociación de Discapacitados Mentales "Los Girasoles" con la que el Convention Bureau viene colaborando en su compromiso con la responsabilidad social corporativa.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU

ACCIONES INVERSAS



Fam-trip Viajes Karisma 23 febrero 2007. Málaga-Costa del Sol

Viajes Karisma, miembro de la asociación SKAL Internacional, solicitó la colaboración del Patronato de Turismo en la visita de familiarización de un grupo de agentes de viajes procedentes de la antigua Alemania del Este.

SKAL Internacional es una organización profesional de dirigentes del turismo en todo el mundo que promueve la amistad y el turismo a nivel global, siendo el único grupo internacional que engloba a todas las ramas de la industria del turismo. Sus miembros son directores y ejecutivos de la industria que se reúnen a nivel local, regional, nacional e internacional para comentar y alcanzar asuntos de interés común, así como para tener un conocimiento de primera mano del potencial del turismo en el mundo.

Hoy en día cuenta con, aproximadamente, 25.000 miembros que se engloban en más de 525 clubes pertenecientes a 80 naciones. La mayoría de las actividades suceden a nivel local y a través de los Comités Nacionales bajo el paraguas de SKAL Internacional cuya sede es la Secretaría General con domicilio en Torremolinos.

El grupo, compuesto por un total de 35 agentes de viajes, se alojó en Torremolinos. Dentro del programa de actividades previsto para su estancia en la Costa del Sol, se incluyeron visitas a Málaga, Ronda, Marbella, Nerja, Frigiliana, Sevilla y Granada, lo que les brindó la oportunidad de conocer de primera mano la amplia oferta del destino costasoleño.

El Patronato de Turismo colaboró ofreciéndoles una presentación de nuestra provincia a través de la página web y haciéndoles entrega de material informativo. En este sentido, decir que los agentes de viajes quedaron gratamente sorprendidos por la cantidad de información general y específica que presentamos a través de nuestro sitio web, así como por los servicios que ofrecemos tanto a profesionales como al resto de usuarios de www.visitacostadelsol.com.

Fam-trip Gulet Hungría 11 abril 2007. Málaga-Costa del Sol

A petición de la agencia receptiva Ultramar Express, el Patronato de Turismo colaboró con un fam-trip compuesto por 25 agentes de viajes húngaros pertenecientes al tour operador Gulet.

El grupo se alojó en Torremolinos del 10 al 13 de abril y en la zona de Marbella del 13 al 15 de abril.

En el programa elaborado para su viaje se incluyeron visitas a los Pueblos Blancos, Torrox Costa y Nerja, así como una excursión combinada entre Algeciras y Ronda.

La colaboración ofrecida por el Patronato de Turismo consistió en ofrecer al grupo una presentación utilizando como herramienta nuestra página web, haciendo especial hincapié en la amplia oferta que brinda nuestro destino turístico.

A continuación pudieron disfrutar de una visita guiada a Málaga, ofrecida por cortesía del Área de Turismo del Ayuntamiento de la capital costasoleña. A esta visita le siguió un almuerzo en un restaurante típico ofrecido por el Patronato de Turismo.

Asimismo, se les proporcionó material promocional y nuestro apoyo para cualquier información que necesitasen del destino.

Fam-trip Dertour-Reiseakademie Alemania 13 abril 2007. Málaga-Costa del Sol

El pasado 13 de abril recibimos en nuestra provincia la visita de un grupo de 12 agentes de viajes alemanes organizados en colaboración con el tour operador alemán Dertour, Turismo Andaluz y la Oficina Española de Turismo de Frankfurt.

El grupo estuvo acompañado por un representante de Dertour y otro en representación de la OET de Frankfurt. Una vez en nuestra tierra, también se les unió un representante de Turismo Andaluz y otro del Patronato de Turismo de la Costa del Sol.

Las fechas de sus visita a Andalucía fueron del 13 al 20 de abril y en el programa de actividades desarrolladas se incluyó, entre otras, una visita de la ciudad de Málaga y otra a Antequera.

Este viaje surgió tras la 34ª edición de Dertour-Reiseakademie que tuvo lugar en el año 2006. El principal objetivo de este fam-trip fue el dar a conocer con profundidad a estos agentes de viajes la amplia oferta turística de diferentes destinos.

El Patronato de Turismo ofreció a este grupo un almuerzo en un típico restaurante de Málaga así como la visita al Museo Picasso. Además, les facilitó material promocional e informativo sobre nuestra provincia.

Fam-trip Organizadores WHTC '08 15 – 18 abril 2007. Málaga-Costa del Sol

Tras la celebración del II Congreso de Turismo de Salud y Bienestar (WNTC), celebrado en marzo de 2007 en Chipre en el transcurso del cual se presentó a la Costa del Sol como sede del mismo durante los días 6 al 10 de marzo 2008, Hadi Malaeb, director general de Aura Events organizador del congreso, se trasladó a la Costa del Sol entre los días 15 al 18 de abril para una segunda visita de inspección.

El objetivo principal de la visita fue la contratación del alojamiento para los congresistas y la definición del programa del evento para el próximo año.

La visita se inició con una reunión entre los organizadores, el DMC y el Patronato de Turismo. Se dio prioridad a la elaboración del programa y se acordó invertirlo con respecto a las dos ediciones anteriores para, de esa forma, asegurar una máxima participación del número de proveedores durante el “Día de la Costa del Sol”.

El programa se definió en grandes rasgos como sigue:

Jueves 6 de marzo '08

- | | |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Día | Llegada de los compradores a la Costa del Sol. |
| Noche | Cena en la Sala Fortuna del hotel Torrequebrada seguida por un show flamenco. |

Viernes 7 de marzo '08

- | | |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Día | Llegada a la Costa del Sol de los proveedores.

Para los compradores: organización del programa de excursiones con el fin de mostrarles algunos de los atractivos y oferta complementaria de la Costa del Sol.

Aunque sin confirmar, se propuso la opción entre tres excursiones: Ronda, Málaga y Marbella con Puerto Banús, visita al Museo del Vino de Ojén. |
| Noche | Inauguración oficial del congresos con un cocktail distendido para facilitar la primera toma de contacto entre proveedores y compradores. |

Sábado 8 de marzo '08

- | | |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Día | Sesiones de trabajo: One to One meetings y seminarios. |
| Sin confirmar | Celebración simultánea de ambos programas o por separado. |
| Noche | Cena de Gala (se propone que lo mejor sería denominarla “Noche Andaluza) en el Cortijo Cortés. |

Domingo 9 de marzo '08

Día Sesiones de trabajo: One to One meetings y seminarios.
Según horario de sus vuelos, regreso de compradores y proveedores.

Lunes 10 de marzo '08

Regreso de los demás.

- **Alojamiento.** Tras una visita muy extensa a las instalaciones del hotel Don Carlos, los organizadores se mostraron conformes con el cupo de 130 habitaciones y se comprometieron a pagar el depósito para el alojamiento al hotel la semana del 23 de abril.

Asimismo se realizó una visita al hotel Incosol donde los organizadores mostraron sus dudas en cuanto a la diferencia entre las habitaciones de ambos hoteles por lo que, como segunda opción para los congresistas, se ofrecerá el hotel El Fuerte o El Fuerte Miramar Spa. Los organizadores argumentaron que la diferencia de precio entre un hotel y otro, teniendo en cuenta la oferta de calidad/precio de los Fuerte Hoteles, sería más aceptable para los congresistas.

- **Sesiones de trabajo.** El programa de la visita incluyó, además, la inspección del Palacio de Congresos de Marbella donde nos atendió su gerente, Antonio Palma, quién insistió mucho en que las instituciones deberían apoyarse mutuamente y, por lo tanto, recomendó que las sesiones de trabajo se celebraran allí.

A los organizadores las instalaciones del Palacio les parecieron adecuadas por lo que estamos a la espera de la confirmación por parte del Consejo de Gestión del Ayuntamiento de Marbella para la concesión gratuita del Palacio para este evento. Esta gestión está siendo llevada por Ricardo García Moro, responsable de Turismo de Marbella, y Antonio Palma. Se espera una pronta respuesta junto con una estimación de los costes por servicios adicionales tales como limpieza, vigilancia, decoración, etc.

Una vez recibida esta información se decidirá si las sesiones de trabajo tendrán lugar en el Palacio o en el hotel Don Carlos. De todas formas, se acordó entre todos que la inauguración oficial y el cocktail de la noche del 7 de marzo tuviera lugar en el hotel.

Estamos pendientes de recibir una propuesta por parte de los organizadores para la oferta de condiciones especiales de participación para los socios del Patronato. La cuota "normal" será de 5.000 euros siendo, en nuestra opinión, demasiado elevada para nuestros miembros por lo que les hemos propuesto a los organizadores que reduzcan dicha cuota a 1.000 euros. Asimismo, les hemos sugerido que realicen una presentación del congreso tanto a nuestro socios como a no socios aquí en la Costa del Sol.

En un principio la cuota de 5.000 euros parece adecuada para proveedores complementarios como hoteles, centros de belleza y spas, DMC's, etc. sin embargo se baraja subirla para clínicas y hospitales.



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

Además, se planteó ampliar el perfil de los compradores y fomentar la participación de representantes de segmentos de spa y bienestar, TT. OO. especializados, etc.

- **Varios.** Como seguimiento a la participación de Promotur en el congreso de este año celebrado en Chipre, mantuvimos una reunión con Javier Velasco y Ramón Dávila con el fin de confirmar la ponencia que ofrecerá Hadi Malaeb en las Jornadas de Turismo y Salud que nuevamente organizará Promotur en octubre en Marbella.

Queda pendiente la programación de las excursiones junto con la definición de textos y fotos para su inclusión en la página web del congreso del 2008. La fecha tope para ello sería, aproximadamente, a finales de julio.

Asimismo queda pendiente el tema de los visados y, para ello, hemos concretado una reunión durante la feria ATM que se celebra a primeros de mayo en Dubai con Aura Events y la directora de la Oficina Española de Turismo en Roma, que cubre la mayoría de los países árabes, con el fin de buscar una forma de colaboración para poder agilizar la gestión de los trámites de los visados.

Fam-trip Universidad NHTV 21 – 26 abril 2007. Málaga-Costa del Sol

Siguiendo con la línea de colaboración de años anteriores, miembros de la Universidad holandesa NHTV se pusieron en contacto con el Patronato de Turismo para solicitar nuestra colaboración durante la visita de 140 estudiantes a la provincia de Málaga.

En este sentido, el Patronato ejerció una labor de intermediación entre la Universidad y las diferentes Oficinas de Turismo de las localidades que visitaron durante su estancia en la Costa del Sol.

De esta manera, el domingo 22 de abril el grupo visitó la monumental ciudad de Antequera y el Parque Natural de El Torcal.

Al día siguiente el grupo se desplazó a Cómpeta donde la concejala de Turismo de este Ayuntamiento les dio la bienvenida y les ofreció una presentación de la provincia de Málaga como destino turístico, centrándose en las actuaciones promocionales de Cómpeta. A continuación el grupo visitó unas bodegas y dieron un paseo a pie visitando algunas zonas colindantes. Además, el grupo degustó un típico almuerzo en el que el Patronato colaboró al 50% con la Universidad holandesa.

El día 24 de abril el grupo se trasladó a Ronda para realizar una visita guiada a la ciudad.

Asimismo, el Patronato entregó a todos los estudiantes bolsas con información promocional del destino.

Los representantes de esta Universidad holandesa quedaron encantados con todos los servicios prestados. Destacaron, además, el día que pasaron en Cómpeta como uno de los más satisfactorios para el grupo tanto por la presentación ofrecida como por el programa que se les había preparado.



Fam-trip Swansea College 25 abril 2007. Málaga-Costa del Sol

A mediados de marzo del presente año, el Patronato de Turismo recibió una petición por parte de la Universidad de Swansea, en Gales, para ofrecer a un grupo de estudiantes de turismo una presentación sobre el destino Costa del Sol durante un viaje a la provincia malagueña.

En este sentido, la presentación tuvo lugar el día 25 de abril en el Palacio de Congresos de Torremolinos y se les ofreció información concreta sobre las posibilidades de empleo en el sector turístico, número de visitantes y nacionalidades, tipología de alojamientos y atracciones y productos del destino costasoleño.

Para ello se diseñó una presentación en la que destacaban todos estos aspectos.

Asimismo se les mostró la nueva página web como referencia para la búsqueda de información y estadísticas sobre la provincia de Málaga.

A los 14 miembros del grupo se les obsequió además con material informativo del destino.



Fam-trip Rodhasol-Turimar 2 – 3 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo organizó y acompañó a un grupo de 25 agentes de viajes provenientes del norte de España, más concretamente de Pamplona, San Sebastián, Santander, Bilbao, Logroño y Gijón.

De la mano de la mayorista Rodhasol-Turimar, tuvimos la oportunidad de mostrar durante dos días las excelencias de nuestro destino a estos agentes de viajes.

El programa organizado incluyó un almuerzo en el hotel Playa Bonita de Benalmádena, presentación del destino Costa del Sol, visita al Museo Picasso, panorámica de Málaga desde el Bus Turístico y cena en el restaurante La Jábega de La Carihuela.

Al día siguiente se desplazaron a Ronda donde visitaron el conjunto histórico, el museo del vino con degustación de vinos de la tierra, almuerzo en la Bodega La Verdad y ya por la tarde realizaron un recorrido por los hoteles de la Cadena Playa de Estepona y Marbella para finalizar la jornada con una cena en el Gran Hotel Costa del Sol.

El día 4 de mayo continuaron su viaje hacia Cádiz.

En líneas generales, podemos estar satisfechos del resultado de este fam-trip. Los componentes del grupo nos mostraron su agradecimiento y quedaron encantados con nuestra provincia pese a que el primer día el tiempo no acompañó.



Fam-trip Horizon Travel 4 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

A petición de Viajes Serhs colaboramos con un fam-trip compuesto por agentes de viajes que comercializan los productos del tour operador lituano Horizon Travel.

Horizon Travel es uno de los TT. OO. más importantes de Lituania, siendo la Costa del Sol uno de los productos que comercializan. Añadir que el principal producto que venden es sol y playa, aunque también promocionan especialmente las excursiones a otros puntos de la provincia y de Andalucía.

El Patronato colaboró con el grupo ofreciendo una presentación del destino a través de la nueva página web, haciendo especial hincapié en la amplia oferta del destino costasoleño. Además, se les informó de los servicios que se ofrecen a los profesionales de forma gratuita, tema por el que mostraron gran interés.

Durante su estancia en la provincia el grupo, compuesto por un total de 12 agentes de viajes, visitó Málaga, Marbella, Gibraltar, Sevilla y Córdoba, así como un importante número de hoteles en la Costa del Sol.

Asimismo, se les facilitó material promocional y nuestro apoyo para cualquier información que necesitaran del destino.

Por último, indicar que están trabajando en colaboración con Air Baltic comercializando vuelos directos entre Vilnius y Málaga.



Fam-trip Transat (agentes de viajes y periodistas) 6 – 13 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

Con motivo del vuelo inaugural de Air Transat a Málaga desde Montreal, concretamente el 6 de junio, el Patronato de Turismo recibió una petición de colaboración por parte de Insur Travel para la visita de dos grupos, uno compuesto por 30 agentes de viajes y otros por 10 periodistas. Este vuelo llega vía Barcelona pero la vuelta es directa de Málaga a Montreal. Ofrecen paquetes turísticos en colaboración con su agencia local, Viajes Insur Travel.

Ya en 2006, Transat decidió operar vuelos directos con paquetes a Madrid y Barcelona entre otros destinos españoles y en 2007 ha incluido un vuelo a Málaga. En su catálogo ha presentado una importante oferta de hoteles y circuitos en la Costa del Sol, lo que indica que está realizando una gran labor de promoción de nuestro destino en Canadá.

El programa fue coordinado por Insur Travel y el Patronato de Turismo colaboró con el alojamiento del grupo de prensa, con una cena-concurso de paella que se celebró en el restaurante Alabardero Playa en Marbella para ambos grupos, así como con los demás almuerzos y cenas durante la estancia de los grupos en la Costa del Sol. Además se ofrecieron entradas para el Museo Picasso de Málaga y una visita a la ciudad.

Los grupos fueron obsequiados con unas bolsas de material informativo y promocional de nuestro destino.

En esta ocasión, Turismo Andaluz se hizo cargo del transporte, guías y el alojamiento del grupo de agentes de viajes.

Fam-trips TUI Alemania 7 y 31 de mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

La agencia TUI contactó con al Patronato de Turismo para solicitar nuestra colaboración con dos fam-trips compuestos por agentes de viajes alemanes que tuvieron lugar el 7 de mayo y el 31 del mismo mes respectivamente.

Ya el pasado año contactaron con nosotros para colaborar igualmente con dos grupos, aunque nuestra intervención fue de mera intermediación entre TUI y el Ayuntamiento de Málaga, ya que estos les ofrecieron la visita guiada a Málaga, almuerzo típico de tapas y una presentación de la ciudad.

Este año la colaboración ha sido la misma por parte del Ayuntamiento de Málaga, si bien el almuerzo para ambos grupos ha sido patrocinado por el Patronato de Turismo de la Costa del Sol.

Tras finalizar ambas visitas, miembros de TUI nos informaron que los grupos quedaron encantados con la visita y los servicios prestados.

Fam-trip Corporates Italia 10 – 13 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

1. Acción - objetivo

Entre los días 10 al 13 de mayo el Patronato de Turismo recibió a un grupo de empresas italianas con el fin de mostrarles el destino y su oferta hotelera, palacios de congresos, lugares con encanto para la organización de eventos, nuestra exquisita gastronomía, así como la amplia oferta complementaria disponible.

El objetivo de esta acción se basó en reactivar el mercado italiano hacia nuestro destino, que atraviesa una situación difícil, pues aunque conocen bien nuestra provincia la siguen viendo como destino exclusivo de sol y playa. De ahí la importancia de presentarles nuestra amplia oferta para reuniones e incentivos, últimas novedades y proyectos que se están llevando a cabo, etc.

Esta acción promocional se realizó en colaboración con la revista especializada en turismo de reuniones “Ediman”, publicación líder y punto de referencia del segmento de reuniones e incentivos en Italia.

2. Formato

El mercado italiano exige un destino renovado con una oferta atractiva y original, de ahí que se les diseñara y organizara un programa distinto y variado que incluyó la visita a varios hoteles, la organización de un clinic de golf, concurso de paellas, visita al Museo del Vino de Mijas con una cata explicativa de vinos, visita guiada a Málaga con paseo en coche de caballos, Museo Picasso, Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, visita al casco antiguo de Marbella, etc., etc.

El grupo se alojó en el hotel El Fuerte de Marbella y durante su estancia, de tres noches, se les dejó unos regalos en las habitaciones, cortesía del Patronato de Turismo y su Convention Bureau.

La primera noche se les hizo una presentación informativa del destino, dándoles a conocer nuestra situación, historia, nuevos proyectos de infraestructuras (aeropuerto, AVE, puerto de Málaga), cultura, tradiciones, gastronomía, venues, oferta específica para reuniones e incentivos, oferta complementaria, Museo Picasso, futuro Museo Carmen Thyssen-Bornemisza, etc.

Por otro lado, y como viene siendo habitual, con objeto de que nuestros asociados puedan conocer de primera mano a las empresas invitadas, vender sus productos, así como intercambiar ideas y experiencias, varios socios fueron convocados a lo largo de este fin de semana a los distintos almuerzos y cenas organizados.

3. Desarrollo

Durante el fin de semana recibimos seis empresas italianas, más un representante de la revista “Ediman” que les acompañó, todas ellas entidades de reconocido prestigio que están buscando constantemente nuevos destinos y actividades pero, sobre todo, nuevos retos para los programas de incentivo, presentaciones de producto, convenciones y reuniones de sus clientes. La selección previa fue muy rigurosa, de ahí la calidad de los participantes, empresas pertenecientes a los sectores farmacéutico, energético, automoción, nuevas tecnologías, banca y seguros.

4. Conclusiones

Muy buena calidad de participantes.

Nos fue muy grato constatar que de las seis empresas invitadas tan sólo una desconocía el destino. Demostraron gran interés por todo lo que se les mostró y explicó y valoraron muy positivamente las cualidades y riquezas de Málaga-Costa del Sol para la organización de cualquier tipo de evento corporativo.

Se ha podido comprobar que el mercado italiano sigue teniendo mucho potencial e interés para nuestra provincia. Lo indispensable es ofrecerles un programa muy variado y atractivo con actividades nuevas y originales, así como saber llegar/dirigirse a los *decision makers* de empresas que tienen un interés real por venir y conocernos. Es por ello que la selección rigurosa de invitados es requisito indispensable para lograr buenos resultados. El Patronato de Turismo seguirá trabajando en esta línea.

Fam-trip Natalie Tours 11 y 18 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo recibió una petición por parte de la agencia receptiva Viajes Serhs para colaborar con dos fam-trips compuestos por 13 y 19 agentes de viajes rusos respectivamente que comercializan los productos del tour operador Natalie Tours.

Natalie Tours es el tour operador más importante de Rusia con respecto a España que trabaja con un total de 7.500 agentes de viajes del país. Además, cuenta con un vuelo semanal a Málaga en invierno y tres semanales en verano.

En cuanto a productos, venden principalmente sol y playa aunque también promocionan especialmente las excursiones a otros puntos de la provincia y de Andalucía.

El Patronato colaboró ofreciendo a ambos grupos una presentación del destino a través de la nueva página web que tuvo lugar en el hotel Tritón. Durante la misma se hizo especial hincapié en la amplia oferta del destino costasoleño presentándoles, además, los servicios que se ofrecen a los profesionales de forma gratuita.

Los grupos mostraron gran interés, por lo que tras la presentación formularon diferentes preguntas relacionadas principalmente con el proceso para beneficiarse de los servicios que ofrecemos a través de nuestra página web. Asimismo, se les proporcionó material promocional así como nuestro apoyo para cualquier información que necesitasen del destino.

De la misma forma, nos comunicaron que las previsiones para el verano 2007 eran buenas y que entre nuestros competidores internacionales destacan, principalmente, Turquía y Egipto ya que para estos países no se necesita visado. Además, nos informaron que, en general, España se relaciona con el segmento sol y playa y que son muchos los usuarios de Internet que buscan información para sus vacaciones, si bien a la hora de reservar tiene que acudir directamente a una agencia de viajes debido a la necesidad de obtener visado. También nos indicaron que existe una gran demanda por parte de turistas que desean viajar de forma individual, aunque suele ser difícil debido al alto coste del visado.

Por último, señalar que el mercado ruso, en relación a la Costa del Sol, experimentó un importante crecimiento durante 2006 en relación al año anterior. De hecho el número de visitantes procedente de Rusia había decrecido de forma progresiva desde 1999 rompiéndose esta tendencia en el año 2006, con casi 19.000 turistas rusos.

Fam-trip Agentes de Viajes Rusia 14 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

Maravillas Travel contactó con el Patronato de Turismo para solicitar nuestra colaboración con un fam-trip compuesto por nueve agentes de viajes procedentes de Rusia.

Entre los participantes se encontraban ocho representantes de escuelas de idiomas rusas que comercializan cursos de español en diferentes ciudades españolas, así como un agente de viajes especializado en el segmento idiomático.

El Patronato colaboró ofreciendo una presentación del destino a través de la nueva página web, que tuvo lugar en el Colegio Maravillas. En el transcurso de la misma se hizo especial hincapié en la amplia oferta del destino costasoleño presentándoles, además, los servicios que se ofrecen a los profesionales de forma gratuita, a lo que el grupo mostró gran interés.

Asimismo, se les proporcionó material promocional y nuestro apoyo para cualquier información que necesiten del destino.

Por otra parte, también se patrocinó un almuerzo en Puerto Marina al 50% con el Ayuntamiento de Benalmádena.

En relación al segmento idiomático, nos informaron que el español es la segunda lengua extranjera más demandada por los rusos y que son muchos los que solicitan realizar cursos de español en nuestro país. Además de la Costa del Sol, los rusos también solicitan realizar estos cursos en Madrid y Barcelona principalmente.

Por último, señalar que el mercado ruso, en relación a la Costa del Sol, experimentó un importante crecimiento durante 2006 con respecto al año anterior. De hecho el número de visitantes procedentes de Rusia había decrecido de forma progresiva desde 1999 rompiéndose esta tendencia en el año 2006, con casi 19.000 turistas rusos.

Fam-trip Itaka Polonia 14 – 15 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

A petición de la Oficina Española de Turismo de Varsovia colaboramos con un grupo de 20 agentes de viajes que visitaron la Costa del Sol de la mano de uno de los principales TT. OO. polacos, Itaka, cuya agencia receptiva en la Costa del Sol es Viajes Flandria Bus.

El grupo, que permaneció en Andalucía hasta el día 21 de mayo, pasó tres días en la Costa del Sol, un día en Cádiz y dos días en la costa de Huelva.

Nuestra colaboración consistió en realizar una presentación del destino, además de hacerles entrega de material promocional.

Una vez finalizada la presentación, el grupo se dirigió a Málaga para llevar a cabo una visita guiada para la cual contamos con la colaboración del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga. El programa finalizó con una cena a base de tapas en la Bodega El Pimpi, cortesía del Patronato de Turismo.

Al día siguiente, el grupo se trasladó a Ronda donde realizaron un recorrido guiado por esta ciudad monumental. En esta visita colaboró Turismo de Ronda.



Fam-trip Gulet Austria 15 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

A petición de Ultramar Express, el Patronato de Turismo colaboró con un fam-trip compuesto por 17 agentes de viajes austriacos pertenecientes al tour operador Gulet.

Gulet es un producto del grupo TUI que, en cuanto a sus productos, venden principalmente sol y playa, así como circuitos por Andalucía.

El Patronato colaboró ofreciendo al grupo una presentación del destino a través de la nueva página web, que tuvo lugar en el Palacio de Congresos de Torremolinos, durante la cual se hizo especial hincapié en la amplia oferta del destino costasoleño. Además, se les presentó los servicios que se ofrecen a los profesionales de forma gratuita, a lo que el grupo mostró gran interés.

Además, tuvieron la oportunidad de disfrutar de una visita guiada a Málaga seguida de un almuerzo en un típico restaurante de la ciudad, así como de una presentación ofrecida por el Área de Turismo de la capital malagueña.

Asimismo, se les proporcionó material promocional y nuestro apoyo para cualquier información que necesiten del destino.

Fam-trip Orbis Polonia 16 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

A petición de la agencia receptiva Viajes Serhs, el Patronato colaboró con un fam-trip compuesto por 21 agentes de viajes polacos que comercializan los productos del tour operador Orbis.

Orbis es el tour operador mas importante de Polonia con respecto a España. En cuanto a productos, principalmente venden sol y playa aunque también promocionan especialmente excursiones a otros puntos de la provincia y de Andalucía.

El Patronato colaboró ofreciendo una presentación del destino a través de la nueva página web que tuvo lugar en el Palacio de Congresos de Torremolinos. Durante la misma se hizo especial hincapié en la amplia oferta del destino costasoleño presentándoles, además, los servicios que se ofrecen a los profesionales de forma gratuita, a lo que el grupo mostró gran interés.

Asimismo, se les proporcionó material promocional y nuestro apoyo para cualquier información que necesiten del destino.

Por último, señalar que el mercado polaco en relación a la Costa del Sol ha experimentado un importante crecimiento durante 2006 en relación al año anterior con 20.691 turistas frente a los 9.018 del año 2005, lo que supone un incremento de un 129,44%.

Fam-trip Firotour República Checa 18 – 23 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

A petición de Ultramar Express, el Patronato de Turismo colaboró con un fam-trip compuesto por 20 agentes de viajes checos pertenecientes al tour operador Firotour.

Firotour es uno de los cuatro TT. OO. más importantes de la República Checa que está especializado, principalmente, en el turismo vacacional.

El Patronato colaboró ofreciendo una visita guiada a la ciudad de Málaga por cortesía del Área de Turismo del Ayuntamiento de dicha ciudad, que incluyó el Museo Picasso así como una comida a base de tapas en el centro histórico. Asimismo, se ofreció una presentación del destino a través de la nueva página web, que tuvo lugar en el Palacio de Congresos de Torremolinos, durante la cual se hizo especial hincapié en la amplia oferta del destino costasoleño. Además, se les presentó los servicios que se ofrecen a los profesionales de forma gratuita, a lo que el grupo mostró gran interés.

También se les proporcionó material promocional y nuestro apoyo para cualquier información que necesiten del destino.

De la misma manera, y teniendo en cuenta que comercializan directamente sus productos a través de la web, se les sugirió un intercambio de link y el uso de nuestra galería de imágenes por lo que nos proporcionaron el contacto de la persona que se encarga de los contenidos web al objeto de ofrecerle directamente estos servicios.

Además, nos informaron que la Costa del Sol es un destino muy importante para ellos principalmente en verano, ya que comercializan sol y playa y disponen de un charter directo cada domingo desde mayo a septiembre. No obstante, nos comentaron que consideran a nuestra provincia un destino muy interesante con respecto a los segmentos golf y MICE, pero el hecho de no disponer de vuelos directos fuera de temporada hace que los interesados en este tipo de viajes opten por otros destinos que sí disponen de vuelos directos.

Por último, señalar que el mercado checo en relación a la Costa del Sol ha experimentado un importante crecimiento durante el año 2006 con respecto al año anterior, en concreto 7.669 visitantes más que en 2005, casi un 16% más.

Fam-trip Agentes de Viajes Túnez 30 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol ha participado y elaborado un programa para una visita de familiarización de un grupo de agentes de viajes tunecinos de alto standing que tuvo lugar el 30 de mayo.

Este grupo venía de la mano de Turespaña y Turismo Andaluz.

El programa se desarrolló tal y como estaba planificado. El punto de encuentro fue el hotel AC Málaga Palacio donde, en una de las salas, se les realizó una breve presentación en francés de la ciudad. Posteriormente se dirigieron a la puerta de la Catedral para, seguidamente, visitar La Alcazaba, Fundación Picasso y Museo Picasso. La mañana finalizó con un almuerzo en el restaurante La Cepa.

Por la tarde se trasladaron al hotel Torrequebrada, donde el grupo se alojó, para ya en la noche disfrutar de una cena en la Sala Fortuna con posterior espectáculo de Carmen Mota, "Talante".

Al día siguiente el grupo salió con destino a Jerez de la Frontera.

En líneas generales, podemos decir que la visita fue un gran éxito. El guía puesto a disposición del grupo por el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga fue excelente, con un alto nivel de conocimiento de la ciudad y del Museo Picasso ya que en todo momento de su explicación captó la atención de los agentes de viajes. Decir, asimismo, que la guía-correo también demostró su gran profesionalidad junto a la de Turespaña.

Fam-trip Firotur Eslovaquia 2 – 8 junio 2007. Málaga-Costa del Sol

A petición de la agencia receptiva Ultramar Express, colaboramos con un fam-trip compuesto por 23 agentes de viajes eslovacos pertenecientes al tour operador Firotur.

Firotur es el segundo tour operador más importante de Eslovaquia y está especializado, principalmente, en turismo vacacional.

El Patronato colaboró con este grupo ofreciéndole una visita guiada a la ciudad de Málaga, cortesía del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, que incluyó el Museo Picasso y una comida a base de tapas en el centro histórico de la ciudad, concretamente el día 3 de junio.

Asimismo, se les ofreció una presentación del destino a través de nuestra nueva página web, que tuvo lugar en el Palacio de Congresos de Torremolinos, durante la cual se hizo especial hincapié en la amplia oferta del destino costasoleño. Además, se les presentó los servicios que se ofrecen a los profesionales de forma gratuita, a lo que el grupo mostró gran interés.

También se les proporcionó material promocional y nuestro apoyo para cualquier información que necesiten del destino.

De la misma forma nos informaron que colaboran estrechamente con la línea aérea de bajo coste Skyeurope que ha puesto en marcha un vuelo semanal entre la Bratislava y Málaga, que funcionará hasta finales de septiembre. El vuelo inaugural fue el 2 de junio.

Además, nos comunicaron que los clientes que viajan a la Costa del Sol demandan principalmente sol y playa aunque también están muy interesados en realizar excursiones.



Fam-trip Brussels Airlines 3 – 5 junio 2007. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de Bruselas contactó con el Patronato de Turismo solicitando colaboración para el seminario organizado por Brussels Airlines en Málaga, concretamente para su departamento comercial.

Brussels Airlines es la compañía aérea líder en Bélgica en vuelos desde/hacia Bélgica. Nació el 7 de noviembre de 2006 con la unión de SN Brussels Airlines (la mayor compañía aérea belga) y Virgin Epxress (la primera compañía low cost de Europa).

El 25 de marzo 2007 se inauguró el primer vuelo como Brussels Airlines. Hasta entonces los vuelos fueron operados por SN Brussels Airlines y Virgin Express respectivamente.

Brussels Airlines vuela a más de 50 destinos europeos y 70 a nivel mundial, con vuelos directos a diario a Málaga.

El grupo se desplazó a Málaga del 3 al 5 de junio y estuvo formado por un total de 14 comerciales, incluyendo al Senior Vicepresident Sales Benelux & Long Haul, Etienne de Nil.

El Patronato de Turismo colaboró con el grupo ofreciendo una visita al Museo Picasso, una cena típica a base de pescaito y una actuación de flamenco en Torremolinos la primera noche. El segundo día pasearon en coche de caballos y disfrutaron de una cena en el prestigioso restaurante Café de París.

Tanto el alojamiento en el hotel Monte Málaga, sala de reuniones y visita a Málaga fueron patrocinados por el Área de Turismo del Ayuntamiento malagueño. Turismo Andaluz ofreció el transporte del grupo durante su estancia en nuestra zona.

A su llegada, el grupo recibió material informativo sobre la Costa del Sol quedando gratamente sorprendidos por las posibilidades que ofrece Málaga ciudad como destino.



Fam-trip Fram 5 – 9 junio 2007. Málaga-Costa del Sol

La agencia de viajes Fram contactó con el Patronato de Turismo a fin de solicitar colaboración en la visita de familiarización organizada por el tour operador francés Fram Voyages.

El grupo, compuesto por 13 agentes de viajes más un responsable del mismo, se alojó en hoteles de la cadena Playa Hoteles. Estos profesionales viajaron a nuestra provincia con un programa de actividades muy completo que incluyó visitas a Marbella, Ronda y Estepona.

El Patronato de Turismo colaboró ofreciéndoles una presentación del destino a través de la página web, así como con material informativo y una cena en el restaurante Santiago de Marbella.

Los agentes quedaron gratamente sorprendidos por la cantidad de información general y específica que presentamos a través de nuestro sitio web, así como por los servicios que ofrece tanto a profesionales como al resto de usuarios de www.visitacostadelsol.com.



Fam-trip MAPTA 6 – 10 junio 2007. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de Nueva York, a través de Turismo Andaluz, solicitó el apoyo del Patronato de Turismo en un viaje de familiarización de agentes de viajes americanos organizado en colaboración con la asociación MAPTA (Manhattan Association of Professional Travel Agents) y el tour operador Central Holidays. El grupo lo formaron ocho directivas de distintas agencias de viajes, en concreto Abington Travel, Altour, Ovation/Msw Travel, Protravel y Travel 15 Ltd.

MAPTA es una asociación especializada en la gama más alta del mercado y en clientes FIT (Frequent Individual Travelers). Forman parte de la misma agentes de viajes de más de 40 agencias de Manhattan.

En la presentación del destino Costa del Sol se mostraron bastante interesados en el uso de la página web del Patronato de Turismo ya que la consideran una herramienta indispensable y muy útil para el conocimiento de la provincia. Resaltaron el fácil manejo y comprensión de la web y mostraron gran interés por el banco de imágenes de las que dispone.

Cabe destacar que el turista procedente de EE. UU. es uno de los viajeros más rentables, por lo que se realizan muchas acciones dirigidas al cliente final ya que hay un predominio del turismo independiente frente al viaje organizado. El 21,2% de los turistas estadounidenses que llegaron a España lo hicieron contratando un paquete turístico mientras que el 78,8% restante llegaron sin paquete. Notable incremento de un 11% entre los turistas independientes, lo que significa que se está produciendo un progresivo aumento en la tendencia a organizar el viaje de manera independiente, de ahí el gran uso de Internet y la importancia de las campañas de marketing online. Existe también una creciente atención a la arquitectura contemporánea española y la gastronomía.

Este grupo se mostró bastante interesado en el destino Costa del Sol, por lo que se añadieron cuatro hoteles de la zona de Marbella en las visitas de inspección programadas.

También realizaron un recorrido por Málaga capital que incluyó el Museo Picasso y la Catedral.

Fam-trip Ecco Holiday 13 junio 2007. Málaga-Costa del Sol

La agencia receptiva Viajes Serhs solicitó la colaboración del Patronato de Turismo en una visita de familiarización de un grupo de siete agentes de viajes polacos que comercializan los productos del tour operador Ecco Holiday.

Ecco Holiday es uno de los TT. OO. más importantes de Polonia que, en cuanto a productos, vende principalmente sol y playa y turismo familiar, aunque también promociona especialmente excursiones a otros puntos de la provincia y de Andalucía.

El Patronato colaboró con el grupo ofreciendo una presentación del destino a través de la nueva página web, que tuvo lugar en el Palacio de Congresos de Torremolinos. Durante la misma se hizo especial hincapié en la amplia oferta del destino costasoleño presentándoles, además, los servicios que se ofrecen a los profesionales de forma gratuita, a lo que el grupo mostró gran interés.

Asimismo se les proporcionó material promocional y nuestro apoyo para cualquier información que necesiten del destino.

Nos comentaron que España en general se relaciona con el segmento de sol y playa y que son muchos los usuarios de Internet que buscan información para sus vacaciones y realizan reservas a través de este canal.

A lo largo de la presentación los agentes de viajes realizaron numerosas preguntas y destacaron los segmentos golf, idiomático y residencial indicando, por un lado, que cada vez son más los polacos aficionados al golf y que, por lo tanto, podrían desplazarse a la Costa del Sol para practicar dicho deporte. Además, manifestaron que también puede ser un destino muy interesante para aquellos polacos que deseen estudiar español. Por último, afirmaron que existe un alto interés por la compra de viviendas en la zona y que son numerosos los polacos que están invirtiendo en la provincia a nivel inmobiliario.

Por otra parte, nos indicaron que tanto los cursos de flamenco como los de cocina son muy demandados por los polacos.

Señalar que el mercado polaco ha experimentado un impresionante crecimiento durante 2006 en relación al año anterior, en concreto un 129,44% más que en 2005. Además, los vuelos directos ofertados por la línea aérea de bajo coste Norwegian Airlines, que opera durante todo el año, apoyará el incremento de visitantes polacos a nuestro destino.

Una vez finalizada su estancia en la Costa del Sol, el grupo siguió viaje a Córdoba, Sevilla, Ronda y Gibraltar. Igualmente, a petición propia y fuera del programa previsto, se les reservó entrada para el Museo Picasso.



Fam-trip Agentes de Viajes Suecia, Noruega y Dinamarca 13 – 16 junio 2007. Málaga-Costa del Sol

A petición de Turismo Andaluz, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol colaboró con un fam-trip de agentes de viajes procedentes de Suecia, Noruega y Dinamarca, especializados principalmente en el segmento de sol y playa.

El programa, coordinado por Turismo Andaluz, incluyó un pequeño circuito por Andalucía con visitas a las ciudades de Málaga, Jerez de la Frontera, Cádiz, Bolonia y Granada. Concretamente en nuestra provincia, además de Málaga capital, pudieron disfrutar de Benalmádena y una panorámica de la Costa del Sol.

El Patronato de Turismo colaboró con el grupo ofreciéndoles un almuerzo en La Carihuela, cena con espectáculo y alojamiento en el hotel Torrequebrada la noche del 15 de junio.

Asimismo, se les proporcionó material promocional así como nuestro apoyo para cualquier información que necesitasen de nuestro destino.

En esta visita también contamos con la colaboración del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga que les facilitó el alojamiento y les invitó a cenar en el hotel AC Málaga Palacio el día 16 de junio.

Señalar que el mercado escandinavo experimentó un crecimiento considerable durante el año 2006 en relación al año anterior, concretamente un 21,76% el mercado sueco, 4,32% el noruego y un 2,5% el danés.

Fam-trip Grupo de Investigación Turística de Shangai 20 – 21 junio 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol recibió la visita de una delegación de la Comisión Administrativa de Turismo de la ciudad de Shanghai, viaje organizado en colaboración con la Oficina Nacional de Turismo de China. Córdoba, Madrid y Barcelona fueron otras ciudades españolas visitadas por la delegación china.

Uno de los objetivos marcados con esta visita fue conocer a fondo el desarrollo turístico del destino Costa del Sol. En concreto, mostraron mucho interés en todo lo referido a la oferta hotelera, así como por el segmento golf y todas las infraestructuras complementarias.

Asimismo se incidió bastante en la posibilidad de estrechar las relaciones institucionales entre la ciudad de Shanghai y la Costa del Sol. La intención no es otra que fomentar el intercambio de información, de forma bilateral entre ambos destinos. En este sentido, se está estudiando la posibilidad de realizar visitas más frecuentes de grupos de profesionales del sector turístico, así como medios de comunicación de Shanghai.

La delegación china vino encabezada por el presidente de la Comisión y la directora de la Oficina Nacional de Turismo. Además, estuvieron acompañados por altos cargos de importantes TT. OO. y compañías aéreas. Hay que destacar que el presidente de la Comisión Administrativa obsequió al Patronato con una edición limitada de la muestra de medallas de los Juegos Olímpicos del 2008.

En la actualidad, Shanghai cuenta con una población de casi 20 millones de habitantes. Tiene una oferta de 90.000 habitaciones de hotel y en los próximos años se prevé un aumento de 20.000 habitaciones más. En el último año, Shanghai ha recibido seis millones de turistas extranjeros y la previsión es que se incremente de forma considerable.

La celebración de los Juegos Olímpicos del próximo año en Pekín constituye una excelente oportunidad para el destino. La intención de los dirigentes turísticos de la ciudad de Shanghai es aprovechar la coyuntura para potenciar tanto el segmento vacacional como el segmento de reuniones, congresos e incentivos.



Fam-trip Delegación Turca 24 – 30 junio 2007. Málaga-Costa del Sol

La Cámara de Comercio de Málaga contactó con el Patronato de Turismo a fin de solicitar nuestra colaboración con un grupo de ocho miembros de la Cámara de Comercio de Antalya (Turquía), que viajaron a nuestra provincia durante los días 24 al 30 de junio.

Nuestra colaboración consistió en realizar una presentación basada en la variedad de productos de que dispone la Costa del Sol como destino turístico. Además, se les proporcionó una amplia información sobre la labor que realiza el Patronato de Turismo, estructura, actividades de promoción desarrolladas, así como sus relaciones con las diferentes instituciones promocionales tanto autonómicas como nacionales. Por otro lado, se les mostró la página web y su utilidad como importante herramienta de promoción del destino, la gran cantidad de información que proporciona a los usuarios y los servicios que ofrece a los profesionales.

Al finalizar la presentación, los integrantes de la delegación turca mostraron gran interés por el funcionamiento del Patronato de Turismo en materia de desarrollo turístico, al tiempo que plantearon una serie de preguntas relacionadas principalmente con las acciones implementadas para un crecimiento sostenible del destino costasoleño. Además, se interesaron especialmente por el funcionamiento de la captación y regulación de las empresas asociadas al Patronato.

Durante su estancia en la provincia, el grupo visitó además a otras instituciones como el Ayuntamiento de Málaga, Turismo Andaluz y AEHCOS entre otras, con el propósito de conocer más a fondo el funcionamiento de la red turística tanto a nivel local, regional como nacional; los productos que ofertamos las acciones de promoción; estrategias; etc.

Fam-trip TUI Alemania 4 septiembre 2007. Málaga-Costa del Sol

A mediados de agosto el Patronato de Turismo recibió una petición por parte de TUI para colaborar con un fam-trip compuesto por 22 agentes de viajes alemanes.

Ya el pasado año, así como en mayo del presente, dicha agencia contactó con nosotros para colaborar igualmente con varios grupos aunque nuestra intervención fue de mera intermediación entre TUI y el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga que ofreció una visita guiada a la capital costasoleña, un almuerzo típico a base de tapas y una presentación de la ciudad.

En esta ocasión la colaboración fue la misma por parte del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga si bien el almuerzo fue ofrecido por el Patronato de Turismo.

En este sentido, el programa del día consistió en una presentación de la ciudad de Málaga en el hotel MS Maestranza por parte de un técnico del Ayuntamiento seguida de una visita de inspección al mismo hotel y, a continuación, realizar un recorrido por la ciudad que incluyó la Alcazaba, Teatro Romano, Catedral y Fundación Casa Natal de Picasso. Además, el grupo degustó una comida a base de tapas en la típica bodega El Pimpi.

Tras finalizar la visita, los miembros de TUI nos comunicaron que el grupo quedó encantado con la visita y los servicios prestados.

Fam-trip Casas de Incentivo de Italia 13 al 16 septiembre 2007. Málaga-Costa del Sol

1. Acción - objetivo

Entre los días 13 y 16 de septiembre el Patronato de Turismo recibió a un grupo de casas de incentivo italianas con el fin de mostrarles el destino y su oferta hotelera, lugares con encanto para la organización de eventos, nuestra gastronomía, así como la amplia oferta complementaria disponible. Igualmente, se les puso al día sobre las últimas novedades y proyectos que se están llevando a cabo en la provincia de Málaga.

Esta acción promocional se realizó en colaboración con la revista especializada en turismo de reuniones “Ediman”, publicación líder y punto de referencia del segmento de reuniones e incentivos en Italia, que nos ayudó en la labor de investigación, selección e invitación de participantes.

2. Formato

El mercado italiano exige un destino renovado con una oferta atractiva y original, de ahí que se les diseñara y organizara un programa distinto y variado que incluyó la visita a varios hoteles, disfrutar de un circuito termal en un spa, visita al casco antiguo de Marbella, visita y cena en Puerto Banús, visita a Ronda incluyendo una bodega y una cata explicativa de vinos, asistencia a uno de los espectáculos de la Bienal “Málaga en Flamenco” que tuvo lugar en la Real Maestranza de Caballería de Ronda, etc.

El grupo se alojó las dos primeras noches en el hotel Villapadierna y la tercera en el hotel Montelirio de Ronda con el objetivo de que pudiera conocer mejor tanto la oferta de la costa como la del interior de la provincia de Málaga.

La primera noche se les realizó una presentación informativa del destino, dándoles a conocer nuestra situación, historia, nuevos proyectos de infraestructuras (aeropuerto, AVE, puerto de Málaga), cultura, tradiciones, gastronomía, venues, oferta específica para reuniones e incentivos, oferta complementaria, Museo Picasso, futuro Museo Carmen Thyssen-Bornemisza, etc.

Por otro lado y como viene siendo habitual con objeto de que nuestros asociados pudieran conocer de primera mano a las empresas invitadas, vender sus productos e intercambiar ideas y experiencias, varios socios fueron convocados a lo largo del fin de semana a los distintos almuerzos y cenas organizados.

3. Desarrollo

En este fam-trip participaron directores y responsables de ocho casas de incentivo más un representante de la revista “Ediman” que les acompañó. Todas eran entidades de reconocido prestigio en Italia con sede en Milán, a excepción de una, que constantemente están buscando nuevos destinos y actividades pero, sobre todo, nuevos retos para los programas de incentivo, presentaciones de producto, convenciones y reuniones de sus clientes.

4. Conclusiones

Destacar la buena calidad de los compradores. Ninguno de los asistentes, a excepción de uno, conocía el destino por lo que mostraron gran interés por todo lo que se les mostró y explicó. Valoraron muy positivamente las cualidades y riqueza de Málaga-Costa del Sol para la organización de cualquier tipo de evento corporativo por lo que ha sido bueno enseñarles tanto la costa como el interior.

Consideran a la Costa del Sol como un destino rico e interesante para proponer a sus clientes.

Algunos feedback recibidos:

- **Alessandra De Iseppi – FMA MOTIVATION SRL:** *“I giorni passati in Costa del Sol sono stati professionalmente molto interessanti. Era una destinazione per me nuova e ne ho apprezzato molti lati conoscendo una realtà che credo possa rivelarsi interessante per alcuni nostre cileinti. Speriamo di riuscire presto a collaborare”.*
- **Adriana Mosca – GENESI WORLD:** *“Per quanto mi riguarda sono stata molto soddisfatta di tutto ciò che he potuto visitare e la destinazione mi è sambrata davvero interessante. Spero di fare presto buone cose con la Spagna”.*
- **Maria G. Fanizza – FULL PROJECTS PCO & TRAVEL:** *“I would like to thank you for the opportunity you gave us to visit your unexpected beauties of Estepona and Ronda. I have very much appreciated your personal as well as professional engagement and complete availability durign the whole trip. Since I am professionally speaking quite old, my experience is so wide as that of the other colleagues who atended the trip with me, but as far as I know, it seems that Spain in particular will pave the way to many oppotunities of events in the near future”.*

Visita Técnica Escuela de Turismo y Comercio de
Liptovsky Mikulas (Eslovaquia)
24 septiembre 2007. Málaga-Costa del Sol

A petición de la agencia Ekip Europa, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol colaboró con un grupo de tres profesores de la Escuela de Turismo y Comercio de Liptovsky Mikulas de Eslovaquia, que permanecieron dos semanas en nuestra provincia.

La colaboración por parte del Patronato consistió en una presentación en la que se les proporcionó una amplia información sobre la variedad de productos que ofrece nuestra provincia como destino turístico. Asimismo se mostraron muy interesados en conocer la labor del Patronato de Turismo, las acciones que desarrolla y su estructura relacional con el resto de entidades turísticas.

Dentro de ésta escuela se está desarrollando una nueva asignatura de Marketing en el sector turístico, de ahí su interés.

Durante su estancia también tenían programadas varias visitas a Málaga capital, Ronda y otras instituciones turísticas como AEHCOS.

Asimismo se les proporcionó material promocional y nuestro apoyo para cualquier información que necesitasen de nuestro destino.

Fam-trip Asociaciones Internacionales 4 – 7 octubre 2007. Málaga-Costa del Sol

1. Acción - objetivo

Entre los días 4 al 7 de octubre el Patronato de Turismo, a través de su Convention Bureau, recibió en Málaga a un grupo de asociaciones internacionales con el fin de mostrarles parte de la oferta hotelera, congresística, cultural y gastronómica existente para la organización de sus reuniones, congresos y simposios, haciendo especial hincapié en las últimas novedades y proyectos que se están llevando a cabo en nuestro destino.

Esta acción promocional se realizó en colaboración con “The Planner”, publicación líder y punto de referencia del segmento de reuniones y congresos en Bélgica, que nos ayudó en la labor de investigación, selección e invitación de los participantes.

Es el segundo año consecutivo que se organiza un viaje de familiarización dirigido exclusivamente a asociaciones, segmento con un gran potencial de negocio que requiera una atención especial acorde a sus necesidades. Málaga se va consolidando día a día como un destino atractivo para la organización de reuniones y congresos gracias a las infraestructuras hotelera y congresística con que se está equipando, la creciente e interesante oferta cultural y los nuevos proyectos que se están acometiendo (ampliación del aeropuerto de Málaga, próximo tren de alta velocidad, nuevas rondas de circunvalación, etc.). Nuestro objetivo ha sido el de dar a conocer el destino a un segmento en el que somos poco conocidos.

2. Formato

Dadas las necesidades tan específicas del segmento asociativo, se les diseñó y organizó un programa específico y muy variado que incluyó la visita a palacios de congresos, hoteles con centros de convenciones, visitas culturales, lugares con encanto para cenas de gala, etc.

Por otro lado y con objeto de que nuestros hoteleros asociados pudieran conocer de primera mano a las asociaciones invitadas, vender sus productos e intercambiar ideas y experiencias, varios hoteleros, en función de las características de su establecimiento y las necesidades y exigencias de las asociaciones invitadas, fueron convocados a participar en un almuerzo seguido de un workshop en el hotel Puente Romano de Marbella.

Del mismo modo, varios DMC's y OPC's fueron convocados a lo largo del fin de semana a los distintos almuerzos y cenas organizados.

3. Desarrollo

Durante el fin de semana recibimos a los directores y secretarios generales de siete asociaciones internacionales procedentes de Bélgica, Dinamarca, Francia, Holanda y Suiza, todas ellas entidades de reconocido prestigio que están buscando constantemente nuevos destinos y actividades para la celebración de sus congresos y reuniones. Entre otros estuvieron presentes el Departamento de Biología Vascular y Molecular de la Universidad de Lovaina, la Asociación Internacional de Criptografía Financiera, la Asociación Internacional de Biólogos, el Comité Permanente de Ortofonistas y Logopedas de la Unión Europea, etc.

El segmento congresual es además un segmento en el que el Patronato de Turismo de la Costa del Sol está realizando una intensa y necesaria labor de promoción, pues Málaga es aún poco conocida como destino de congresos y tiene mucho que ofrecer a asociaciones, sociedades científicas y otros colectivos profesionales.

4. Conclusiones

Muy buena calidad de participantes que demostraron mucho interés por el destino. Los aspectos que más valoraron fueron las buenas conexiones aéreas, las crecientes infraestructuras hoteleras y la importante oferta cultural de la ciudad de Málaga.

Algunos de los participantes decidieron proponer Málaga y Marbella a su Junta Directiva para la celebración de su congreso anual en 2008 y 2010.

Fam-trip Scania 10 y 12 de octubre 2007. Málaga-Costa del Sol

A través de la agencia local BAC colaboramos en un fam-trip de un grupo de autocaristas de la empresa Scania. Se trataba de un grupo “back to back” que estuvieron 10 días en la provincia.

Se alojaron en el hotel Torrequebrada y en total fueron 10 rotaciones de grupos entre el 8 y el 19 de octubre. Los participantes eran concesionarios de camiones, distribuidores y autocaristas.

Concretamente pidieron colaboración para las dos rotaciones de autocaristas, de 15 y 25 personas cada una, ya que manifestaron un alto interés por el destino puesto que mueven circuitos y grupos turísticos en la Costa del Sol.

La colaboración por parte del Patronato de Turismo consistió en dos presentaciones, una el 10 de octubre y otra el 12, en las que se les proporcionó una amplia información sobre la variedad de productos que nuestra provincia ofrece como destino turístico. Seguidamente se les ofreció un cocktail en el mismo hotel.

Además los grupos visitaron Mijas, Marbella y Puerto Banús y realizaron pruebas de conducción de camiones en la zona de Ojén, Monda y Coín.

Asimismo se les facilitó material promocional y nuestro apoyo para cualquier información que necesitasen de nuestro destino.



Fam-trip FRAM 13 – 16 octubre 2007. Málaga-Costa del Sol

La agencia de viajes FRAM contactó con el Patronato de Turismo de la Costa del Sol para solicitar colaboración en la visita de familiarización organizada con motivo de la firma del acuerdo que dicha agencia firmó con el Grupo Leclerc.

El Grupo Leclerc es una red de agencias muy importante de Francia que está compuesta por 156 agencias de viajes que representan al día de hoy el 10% de la producción de FRAM. Esta red, además de vender sobre folletos de distintos TT. OO., edita un folleto propio de 300 páginas con una tirada de más de un millón de ejemplares. En el mismo se van a incluir dos de los productos exclusivos de FRAM, uno de ellos la Costa del Sol, tanto para la temporada de invierno-primavera 2007-2008 como para verano 2008: FRAMISSIMA Playa Bella (Estepona). La inclusión de este producto supone un objetivo de venta de entre 1.500 y 2.000 clientes para el hotel Playa Bella.

El grupo, compuesto por un total 44 agentes de viajes más dos directivos de Leclerc y cuatro directivos de FRAM, estuvo alojado en este hotel de la cadena Playa Hoteles en Estepona y venían con un programa de actividades muy completo que incluyó visitas a Málaga y Ronda.

El Patronato de Turismo colaboró ofreciéndoles una visita al Museo Picasso y un almuerzo en Ronda, así como con material informativo de la provincia. También colaboraron el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga con el ofrecimiento de los guías para la visita a la ciudad y Turismo Andaluz que les agasajó con un almuerzo en Málaga.

Los agentes de viajes quedaron gratamente sorprendidos por la oferta cultural tanto de Málaga capital como de Ronda y, además, tuvieron ocasión de conocer diversos pueblos blancos como Casares y Gaucín.

Fam-trip Natalie Tours 15 y 22 octubre 2007. Málaga-Costa del Sol

A petición de la agencia receptiva local Viajes Serhs, el Patronato de Turismo colaboró dos fam-trips de agentes de viajes rusos que comercializan los productos del tour operador Natalie Tours. El primero de ellos tuvo lugar el día 15 de octubre y el segundo el 22.

La colaboración ofrecida por el Patronato de Turismo consistió en ofrecer a ambos grupos una presentación utilizando como herramienta nuestra página web, haciendo hincapié en la amplia oferta de que dispone nuestro destino turístico centrándonos, principalmente, en el producto de sol y playa por ser el producto principal que oferta este tour operador.

Como complemento a la información audiovisual facilitada, se les hizo entrega de bolsas conteniendo material promocional y se les ofreció apoyo para cualquier información que necesitaran sobre el turismo en nuestra provincia.

Los grupos, formados por 22 y 12 agentes de viajes respectivamente, mostraron en todo momento gran interés por nuestra provincia formulando preguntas específicas acerca de diversos puntos que despertaron su atención.

Durante su semana de estancia en la provincia de Málaga, el grupo visitó hoteles en Torremolinos, Benalmádena, Fuengirola, Marbella y Estepona así como Puerto Banús. También realizaron un viaje a Sierra Nevada.

Natalie Tours es el tour operador más importante de Rusia con respecto a España y trabajan con un total de 7.500 agentes de viajes del país.

En cuanto a productos, principalmente venden sol y playa aunque también promocionan especialmente las excursiones a otros puntos de la provincia y de Andalucía.

Decir que la mayoría de los rusos que visitan la Costa del Sol ya conocen otros destinos españoles, fundamentalmente Costa Dorada y Costa Brava. Entre los principales competidores españoles destacan Turquía, Italia y Grecia. Además, España en general se relaciona con el segmento de sol y playa y, asimismo, son muchos los usuarios de Internet que buscan información para sus vacaciones, si bien a la hora de reservar tienen que acudir directamente a la agencia de viajes debido a la necesidad de obtener el visado.

Por último, señalar que el mercado ruso en relación a la Costa del Sol ha experimentado un importante incremento durante los dos últimos años tras un descenso progresivo desde 1999. Ya en 2006 se rompió esta tendencia y las cifras indican que el crecimiento continúa. Hasta agosto de 2007 el número de turistas rusos llegados al aeropuerto de Málaga creció un 15,64%.

Fam-trip Casas de Incentivo Alemania y Austria 18 – 21 octubre 2007. Málaga-Costa del Sol

1. Acción - objetivo

Visita de un grupo de casas de incentivo con el fin de mostrarles parte de la oferta hotelera, congresística, cultural, gastronómica y de ocio existentes para la organización de sus reuniones, presentaciones de producto e incentivos, haciendo especial hincapié en las últimas novedades y proyectos que se están llevando a cabo en nuestro destino.

Esta acción promocional se realizó conjuntamente con TMF, Travel Marketing Factory, empresa consultora alemana punto de referencia del segmento de reuniones y congresos en los países de habla alemana, quién nos ayudó en la labor de investigación, selección e invitación de los participantes.

Es el tercer año consecutivo que se organiza un viaje de familiarización dirigido al segmento de reuniones e incentivos alemán, siendo la primera vez que se extiende dicha invitación a países como Austria.

2. Formato

Atendiendo al perfil de las agencias participantes, sus necesidades e intereses se les diseñó y organizó un programa específico y variado que incluyó la visita a diversos hoteles con centros de convenciones, clases de golf, concurso de paella, visita al casco antiguo de Marbella, Puerto Banús, visita a una bodega con cata de vinos, etc. Además, y con objeto de que pudieran conocer tanto la oferta de la costa como la del interior de la provincia, pernoctaron dos noches en Marbella y una en Ronda teniendo así la oportunidad de conocer esta ciudad en profundidad.

Por otro lado, con el fin de que nuestros hoteleros asociados pudiesen conocer de primera mano a las agencias invitadas, vender su producto e intercambiar información, 11 hoteleros fueron convocados a participar en un almuerzo seguido de un workshop en el hotel Don Carlos de Marbella.

Del mismo modo, y como es habitual, varios DMC's fueron convocados a lo largo del fin de semana a los distintos almuerzos y cenas organizados.

3. Desarrollo

Durante el fin de semana acompañamos a 11 agencias procedentes de Alemania y Austria que constantemente buscan nuevos destinos y actividades novedosas y originales para la celebración de sus reuniones, presentaciones de productos e incentivos.



Estos profesionales representaban a las siguientes empresas: Creative Travel Service Touristik GmgH, Easy-Ticket Reiseagentur, Publicis Events Germany, VCN Veransta Tungsorganisation, Dertour GmbH, Locate 4 GmbH, Globe Reisen GmbH, Munich Affaire, Reisekönig, Airtour Austria y Mandarin Group.

4. Conclusiones

Buena calidad de participantes que demostraron mucho interés por nuestro destino. Los aspectos que más valoraron fueron las excelentes conexiones aéreas con Alemania, la calidad y variedad de las infraestructuras y la interesante oferta complementaria existente.

Valoraron muy positivamente el poder conocer tanto el destino de costa como la oferta existente en el interior de la provincia. De hecho, ya se ha recibido una petición para una convención en 2008 y otro de los participantes está considerando el destino para un evento en abril del año próximo.

Fam-trip Profesionales Turísticos Chinos 21 – 23 octubre 2007. Málaga-Costa del Sol

La Agencia Andaluza de Promoción Exterior en China, Extenda, dentro del convenio firmado con las Agencias de Viajes de este país, organizó con el apoyo de Turismo Andaluz un viaje de familiarización a Andalucía en el que participaron siete agentes de viajes acompañados por un guía.

Con motivo del mencionado fam-trip, Turismo Andaluz se dirigió al Patronato de Turismo solicitando colaboración en el desarrollo del programa elaborado por ellos y que incluyó la visita a las principales capitales andaluzas, entre ellas por supuesto la capital malagueña así como otras localidades de nuestra provincia.

Así pues, y siguiendo nuestra línea de promoción en mercados emergentes, colaboramos en este fam-trip por tratarse de un mercado que tiene un gran potencial.

El grupo, formado por directores y directores generales de las distintas empresas que representaban llevó a nuestro país dividido en dos partes, cuatro de ellos a Madrid y tres al aeropuerto de Málaga. La delegación que llegó a Málaga se alojó en el hotel Barceló de nuestra capital por cortesía del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.

Estos tres profesionales se unieron al resto del grupo al día siguiente en Granada. Todos ellos expresaron gran interés por los viajes culturales y por la figura de Picasso, por lo que el grupo completo se desplazó a nuestra provincia el lunes 22 por la tarde.

El programa en la Costa del Sol comenzó con una visita a Mijas seguida de una panorámica de Benalmádena. A continuación, y tras alojarse en el hotel Torrequebrada, el Patronato de Turismo les ofreció una cena en el restaurante asiático Yuan del propio hotel, seguida de una copa en el casino Torrequebrada.

El martes 23 de octubre el grupo se trasladó a Málaga capital donde Turismo Andaluz llevó a cabo un presentación. Posteriormente el Patronato les invitó a visitar el Museo Picasso.

El Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga colaboró igualmente ofreciendo una visita guiada a la ciudad, seguida de una presentación y un almuerzo en un conocido restaurante de la capital.

A dicho almuerzo asistieron representantes del propio Ayuntamiento, de Turismo Andaluz y del Patronato de Turismo, ocasión que aprovechamos para intercambiar impresiones con el grupo, informarles de la existencia de nuestra página web en chino, además de otros detalles de interés y hacerles entrega de material promocional de nuestro destino.

Tras las visitas realizadas, estos profesionales nos comentaron el gran potencial que tiene nuestro destino para el turismo chino pero hicieron especial hincapié en la



necesidad de realizar mucha más promoción en su mercado puesto que de momento no sólo nuestra provincia, sino toda Andalucía, es totalmente desconocida. Nos dijeron que el concepto de España para los turistas chino se centra únicamente en Barcelona y Madrid.

Fam-trip Revatour 30 octubre 2007. Málaga-Costa del Sol

A petición de Insur Travel, el Patronato de Turismo colaboró con un grupo de agentes de viajes de Revatour, filial de Transat, durante su estancia en Málaga.

El grupo, formado por 39 agentes de viajes canadienses tanto de la parte francófona como de la parte de habla inglesa, llegaron a Málaga a bordo de un crucero el mismo día 30 de octubre por la mañana. El crucero tuvo una duración de 12 días comenzando en Barcelona, pasando dos días en Francia, dos en Italia, uno en Córcega, uno en Gibraltar, uno en Málaga, uno en Valencia, dos días de navegación y el último de vuelta a Barcelona desde donde volaron de vuelta a Canadá.

El Patronato colaboró con una visita a Málaga incluyendo una panorámica de la ciudad, Catedral y La Alcazaba. A la visita le siguió un almuerzo a base de tapas en una conocida bodega de la ciudad y ya por la tarde se desplazaron a Marbella y Puerto Banús.

También colaboraron con esta visita Autocares Ríos que ofreció el transporte, el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga con las entradas para la Catedral y La Alcazaba y APIT con el guía que acompañó al grupo.

Además, el Patronato les facilitó material promocional así como todo el apoyo e información que pudiesen necesitar del destino.

En cuanto al mercado canadiense, señalar que Transat es el único que opera vuelos directos a España y comercializa diferentes paquetes turísticos incluyendo Málaga.

En mayo de 2007 Air Transat inauguró una nueva ruta Montreal-Málaga vía Barcelona, siendo la ruta de regreso Málaga-Montreal. En cuanto a la cifra de pasajeros hasta finales de agosto 2007, decir que llegaron a Málaga 2.052 pasajeros procedentes de aquel país.

Fam-trip Signature Travel 5 – 6 noviembre 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo atendió la visita de un grupo de altos directivos de agencias de viajes californianas, tras una petición recibida de Turismo Andaluz y de la Oficina Española de Turismo de Los Ángeles para apoyar un viaje de familiarización del consorcio de agencias Signature Travel Network.

Se trata de un consorcio de agencias creado en 1956 en el sur de California con el nombre de “Leisure Tours”, que a partir de 2004 pasó a denominarse Signature Travel Network. En la actualidad agrupa a más de 185 miembros en 25 estados de EE. UU. Las ventas de Signature Travel superaron los 2.200 millones de dólares, lo que supone un incremento del 22% con respecto al ejercicio anterior.

El grupo lo formaron 10 directivas de distintas agencias de viajes como Rio Grande’s Discovery Travel, The Travel Centers, All Travel.com, World Holidays Travel y Travel Store.

El primer día, y dentro del ajustado programa preparado para este grupo, tuvieron ocasión de visitar tres hoteles de alta categoría de la Costa del Sol, realizar un recorrido guiado por el centro histórico de Marbella y cenar en un restaurante a base de platos típicos de nuestra provincia. También se les brindó una presentación del destino Costa del Sol a través de nuestra página web, la cual encontraron bastante útil tanto por el acceso a nuestro banco de imágenes como por la amplia información facilitada del destino.

En el segundo día del programa visitaron la ciudad de Málaga incluyendo el Museo y Casa Natal de Picasso, Catedral, Alcazaba, Teatro Romano y también pudieron disfrutar de algún tiempo de compras por la famosa calle Marqués de Larios. Posteriormente, y para finalizar su estancia en nuestra provincia, visitaron el Castillo y Parador de Gibralfaro donde almorzaron y disfrutaron de la panorámica de la ciudad.

El turista procedente de EE. UU es uno de los viajeros más rentables, y así muchas acciones están dirigidas al cliente final ya que hay un predominio del turismo independiente frente al viaje organizado. El 21,2% de los turistas estadounidenses que llegaron a España lo hicieron contratando paquete turístico mientras que el 78,8% restante llegaron sin paquete.

En este sentido, se ha producido un notable incremento de un 11% de los turistas independientes, lo que significa que se está produciendo un progresivo aumento de la tendencia a organizar el viaje de manera independiente. De ahí el gran uso de Internet y la importancia de las campañas de marketing. Existe también una creciente atención a la arquitectura contemporánea y la gastronomía.

El grupo quedó bastante satisfecho especialmente con las visitas culturales ya que conocían el destino Costa del Sol como sol y playa, por lo que se sorprendieron



gratamente por la variedad de segmentos turísticos que nuestro destino ofrece. Elogiaron nuestra gastronomía y la disfrutaron bastante ya que la asocian a la sana dieta mediterránea tan conocida internacionalmente por su calidad y variedad de productos.

Fam-trip Leading Brasil 15 – 18 noviembre 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo atendió a un selecto grupo de periodistas y agentes de viajes que visitaron la Costa del Sol de la mano de Leading Hotels of The World, de la Oficina Española de Turismo de Sao Paulo y de Turismo Andaluz.

Procedentes de Brasil, estos profesionales enfocan su trabajo en el turismo de lujo, clientes individuales y grupos de incentivos.

Se alojaron en el hotel Puente Romano donde realizaron una visita de inspección a las instalaciones de dicho hotel, además de disfrutar de un almuerzo de bienvenida el día 15 de noviembre. Esa misma tarde se desplazaron a Puerto Banús y al centro histórico de Marbella para finalizar con una cena en el restaurante La Navilla donde pudieron disfrutar del tradicional “pescaito frito”, entre otros manjares de nuestra tierra.

Ya en la mañana del 16 de noviembre el grupo se trasladó al Puerto Deportivo de Benalmádena donde tuvieron ocasión de realizar un magnífico paseo en velero. Posteriormente se desplazaron a Mijas donde de la mano de la Oficina de Turismo de dicha localidad visitaron esta hermosa villa, el Museo del Vino que les ofreció un maridaje de tapas y vinos de la tierra (Málaga, Córdoba y Ronda), con una magnífica explicación de cada uno de estos vinos y el porqué de cada tapa. Por la tarde disfrutaron de tiempo libre y por la noche realizaron una visita de inspección al hotel Guadalpín Byblos para cenar en la barbacoa en el restaurante de la piscina.

El día 17 partieron hacia Cádiz y ya el día 18 regresaron a nuestra tierra para visitar Ronda donde gracias a Turismo de Ronda, pudieron visitar la Plaza de Toros, el Palacio de Mondragón, la Casa del Gigante y la típica panorámica del Tajo desde el Puente Nuevo. Más tarde, el restaurante Pedro Romero tuvo la amabilidad de invitarnos a degustar diversas tapas y, por supuesto, el tradicional rabo de toro.

Ya por la tarde se trasladaron al circuito de pruebas de Ascari para conocer las instalaciones, aunque debido a un malentendido por parte de los responsables de dicho circuito, la visita no pudo ser muy en profundidad ya que las instalaciones estaban ocupadas por otros clientes.

El resultado no pudo ser mejor. Todos y cada uno de los integrantes de grupo quedaron profundamente sorprendidos por la magnífica oferta de que dispone nuestro destino. Algunos de ellos mostraron un interés especial ya que están estudiando la posibilidad de traer a la Costa del Sol un importante incentivo para 2008.

Fam-trip TT. OO. Taiwan
19 – 25 noviembre 2007. Málaga-Costa del Sol

A petición de Turismo Andaluz colaboramos con un fam-trip formado por 11 TT. OO. taiwaneses acompañados por un representante de de la Cámara de Comercio Española en Taiwan en viaje por Andalucía.

El programa elaborado para Málaga incluyó una visita a la ciudad y al Museo Picasso así como a Antequera y Ronda ofrecida por cortesía del Área de Turismo de los Ayuntamientos de estas ciudades.

De la misma manera, el grupo disfruto durante se estancia en nuestra provincia de la exquisita gastronomía local en diferentes restaurantes de la zona.

Los integrantes de este grupo, que estuvieron acompañados por un técnico del Patronato de Turismo, se mostraron muy entusiasmados con su visita a nuestra provincia ya que la gran mayoría no conocían la zona, aunque muchos sí la incluyen en sus circuitos por Andalucía.

En relación al mercado taiwanes, decir aproximadamente 14.000 turistas procedentes de este país visitaron España. A pesar de que las cifras son bajas, el crecimiento de las mismas en los últimos años así como el alto nivel de desarrollo del país, un poder adquisitivo alto, un bajo nivel de desempleo y un elevado gasto medio por turista, hacen que este mercado sea muy interesante.

Con respecto a los destinos vacacionales elegidos por los turistas taiwaneses, destacan Hong Kong, Macao y Japón. En cuanto a Europa destaca Holanda con casi 125.000 turistas procedentes de este país.



Fam-trip TT. OO. China 22 – 27 noviembre 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo colaboró con un fam-trip formado por 13 TT. OO. chinos en visita a Andalucía organizada por Turismo Andaluz y la Oficina Española de Turismo de Pekín.

El programa elaborado para la estancia de estos profesionales en nuestra provincia incluyó una visita a Málaga capital y el Museo Picasso así como a Marbella y Ronda ofrecida por cortesía del Área de Turismo de los ayuntamientos de estas ciudades.

Asimismo, el grupo, que se alojó en el hotel Torrequebrada, tuvo ocasión de degustar la exquisita gastronomía local en diferentes restaurantes de la zona así como de un espectáculo flamenco en la Sala Fortuna.

El grupo estuvo acompañado por un representante de la OET de Pekín y por el director de dicha oficina que se incorporó una vez iniciado el programa.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU

VISITAS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Northern Ireland Homes & Lifestyle 9 – 12 enero 2007. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de Londres solicitó nuestra colaboración para la visita de la periodista Claire Bowen que viajó a la Costa del Sol con el objetivo de elaborar un reportaje para la revista mensual "Northern Ireland Homes & Lifestyle".

Esta revista cuenta con una tirada de 9.500 ejemplares, está dirigida principalmente a lectores de clase media-alta y dedica una sección a los viajes de 3-4 páginas en color.

La Sra. Bowen también colabora con la revista católica "El Universo", con una tirada semanal de 180.000 ejemplares, que se edita en Reino Unido e Irlanda.

El Patronato de Turismo le facilitó el alojamiento en el hotel NH Málaga y le coordinó una visita al centro histórico y al Museo Picasso. Asimismo, fue invitada a un almuerzo en el Mesón Mariano y la acompañamos a la Cofradía de la Esperanza y otras cofradías e iglesias de Málaga con el fin de recabar información para la revista religiosa anteriormente mencionada.



Grupo Prensa Castilla-León 18 – 21 enero 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo organizó una visita a la Costa del Sol para un grupo de nueve periodistas del colectivo de Castilla-León, entre los que figuraban representantes de medios como “ABC”, “El Mundo”, “La Vanguardia” y TV Castilla-León.

El objetivo de esta visita no fue otro que el presentarles las nuevas ofertas de turismo de interior y rural. Para ello, el programa elaborado incluyó un día en Antequera con visitas al conjunto dolménico, El Torcal con su nuevo centro de interpretación, Lobo Park y todo el centro histórico de la ciudad estando acompañados, en todo momento, por un guía que proporcionó el Ayuntamiento. La visita finalizó con un recorrido por el Museo acompañados por su director. El almuerzo tuvo lugar en el hotel Antequera Golf, por cortesía del mismo, y la cena se celebró en el Coso Viejo ofrecida por el Ayuntamiento. El grupo se alojó en el hotel Conde Pinofiel.

La segunda jornada, para la que contamos con la colaboración de Turismo de Ronda y la empresa de turismo activo Pangea, estuvo dedicada a la Serranía de Ronda. El grupo visitó la finca La Algaba, el poblado católico de arqueología experimental, el Museo de Benalauría y el Valle del Genal donde se les documentó acerca de sus costumbres, vegetación, etc. También visitaron Genalguacil y su Museo de Arte Moderno acompañados por su alcaldesa. Los periodistas se alojaron en el hotel Fuente La Higuera de Ronda.

El grupo disfrutó mucho con la experiencia vivida y, a fecha de hoy, se han recibido varios artículos publicados sobre su estancia en la provincia de Málaga.



Yo Dona (Semanal del Diario El Mundo) 6 – 8 febrero 2007. Málaga-Costa del Sol

Responsables de la revista “Yo Dona” contactaron con el Patronato de Turismo para solicitar nuestro apoyo en la producción de un reportaje de moda de 14 páginas a cargo de la modelo Bimba Bosé, inspirado en la exposición temporal “Las mujeres de Picasso” que actualmente exhibe el Museo Picasso unido al hecho de ser Málaga la cuna de éste genial pintor.

El Patronato gestionó y patrocinó los vuelos desde Madrid para los seis componentes del equipo, una noche en el hotel Larios, así como el alquiler de un automóvil-caravana para los dos días de estancia en nuestra provincia.

Asimismo, colaboramos en las localizaciones y permisos para realizar las sesiones fotográficas y les hicimos entrega de material promocional e informativo.

A cambio de todo esto, nos ofrecieron un espacio en la sección “Salir” de dicha revista, donde una página redaccional está valorada en 1.800 euros, además de un reportaje de viaje de 7-8 páginas de extensión.



Golf Monthly 19 – 24 febrero 2007. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de Londres solicitó la colaboración del Patronato para la visita de dos periodistas (un redactor y un fotógrafo) de la revista británica “Golf Monthly”, revista especializada en golf que goza de gran prestigio en Reino Unido y que ya participaron en el “II Costa del Sol Masters Champion Week”, organizado por el Patronato de Turismo el pasado año.

Se mostraron interesados en conocer la amplia oferta de golf que ofrece nuestra provincia, al objeto de publicar un artículo en sus páginas. Gracias a los reportajes publicados en medios especializados, se logra llegar directamente al público británico, nuestro principal mercado emisor, logrando una gran repercusión entre los aficionados a este deporte.

Su estancia en nuestra provincia se desarrolló de manera que los periodistas pudiesen visitar las instalaciones de diversos campos de golf por lo que, a tal fin, se les elaboró un programa que incluyó a los campos Monte Mayor Golf, Los Naranjos Golf Club, La Quinta Golf & Country Club, Santa María Golf Club, Golf Río Real, Alhaurín Golf, Golf Torrequebrada y Santana Golf. En todos estos campos fueron atendidos por personal de los mismos quienes les mostraron sus instalaciones indicándoles, en algunos casos, los mejores hoyos para realizar las fotografías,

Asimismo, el Patronato les ofreció un coche de alquiler para sus desplazamientos y les gestionó el alojamiento que fue ofrecido por cortesía del hotel Guadalmina Spa & Golf Resort.

Süddeutsche Zeitung
23 – 24 febrero 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol acogió la visita de seis periodistas del prestigioso periódico alemán “Süddeutsche Zeitung”, que viajaron a la Costa del Sol con el objetivo de recabar información para sendos reportajes sobre la oferta de golf en nuestra provincia.

Se trata de una acción muy interesante ya que, gracias a la publicación de estos reportajes y su repercusión publicitaria con un mínimo coste para el Patronato de Turismo, se logra llegar a numeroso público final.

La visita se desarrolló de manera que los periodistas pudiesen disfrutar de la práctica del golf en dos campos diferentes durante los dos días de la visita. Así, el día 23 de febrero, jugaron en Santa Clara Golf, que ofreció precio especial, y el 24 de febrero lo hicieron en Doña Julia Golf Club por cortesía del mismo.

En líneas generales, los periodistas quedaron encantados del trato recibido, así como por la calidad de las instalaciones y de los campos. Tal y como suele suceder en este tipo de acciones, los medios hacen mención de los campos colaboradores a la hora de publicar sus reportajes.

Esta visita ha sido valorada muy positivamente por el Patronato habida cuenta de la importancia que para nuestro destino tiene el mercado alemán y sobre todo por la relevancia que este segmento posee entre los visitantes germanos.



Columbus Guide 8 – 15 marzo 2007. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de Londres solicitó nuestra colaboración en la visita del periodista Paul Murphy que acudió a Málaga por encargo de las guías Columbus al objeto de recabar información para preparar las páginas web de Málaga y Toledo.

A dichas guías se podrá acceder a través la www.worldtravelguide.net, una de las websites de viajes más importantes del mundo y la de más difusión en abierto.

El Patronato de Turismo le facilitó abundante información previa al viaje y el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga le proporcionó un guía durante un recorrido por la ciudad que finalizó en el Museo Picasso.

El alojamiento durante su estancia fue cortesía del Patronato de Turismo.



Grupo Prensa Hotel Kempinski 14 – 16 marzo 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo colaboró con un grupo de prensa nacional organizado por el hotel Kempinski, la boutique Escada y el complejo Laguna Village.

El grupo lo formaron 11 periodistas de conocidas revista turísticas así como de modas y tendencias.

Durante su estancia siguieron un variado programa de visitas que incluyó Estepona, Selwo y otros puntos de la costa.

Nuestra colaboración consistió en proporcionarles un autobús para sus desplazamientos y la entrega de material promocional.



The Scotsman
26 – 27 marzo 2007. Málaga-Costa del Sol

El periodista Tony Jefferyes contactó con el Patronato de Turismo para solicitar nuestra colaboración en la elaboración de un artículo para un conocido periódico escocés, "The Scotsman", que cuenta con una tirada de 250.000 ejemplares.

El artículo giraba en torno a la relación de un caballero escocés con el Castillo de Teba por lo que necesitaba toda la información que pudiésemos facilitarle sobre dicho castillo. Asimismo tenía la intención de incluir un amplio reportaje sobre toda la comarca dando especial relevancia a Antequera y su patrimonio cultural.

Nuestra colaboración consistió en proporcionarle una noche de alojamiento en el hotel Antequera Golf además de gestionarle las visitas con técnicos de los Ayuntamientos de Teba y Antequera.

Grupo Internacional de Prensa Semana Santa 3 – 6 abril 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo invitó a más de una treintena de periodistas de doce países diferentes a disfrutar de la Semana Santa malagueña. Se trata de una iniciativa que se puso en marcha hace años y que ha ido adquiriendo cada vez mayor éxito hasta el punto de que, en esta ocasión, contamos con el grupo más numeroso que nos visitó en estas fechas.

Cerca de 35 periodistas de importantes publicaciones extranjeras y nacionales tuvieron ocasión de conocer la ciudad malagueña y su Semana Santa, gracias a la iniciativa del Patronato de Turismo que organizó esta acción por undécimo año consecutivo. El grupo sólo ha sido superado en número por el que se organizó con motivo de la inauguración del Museo Picasso.

Este grupo internacional de prensa estuvo compuesto por periodistas de diferentes países tales como Suecia, Nueva Zelanda, Rusia, Alemania, Gran Bretaña, Polonia, Bélgica, Austria, Dinamarca, Finlandia, Noruega y España.

El principal objetivo de esta acción promocional no fue otro que el dar a conocer a los medios la variada oferta de la ciudad de Málaga, los diversos rincones pintorescos que posee, su cultura y sus tradiciones con el fin de divulgarla en sus países de origen.

Durante su estancia en la provincia, los periodistas presenciaron numerosos desfiles procesionales, disfrutaron de la gastronomía malagueña, de nuestra cultura, nuestros monumentos, una experiencia inolvidable que trasladan luego a sus artículos y reportajes y que reflejan la gran repercusión que la Semana Santa de Málaga tiene en todo el mundo.

Habitualmente las diferentes Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero nos envían, a posteriori, la valoración publicitaria de la publicado, pero de antemano se trata de una acción que compensa el esfuerzo personal y económico a tenor del valor que tiene a posteriori los reportajes que se publican.

El Patronato efectuó un balance muy positivo de la visita que fue posible gracias a la colaboración del Ayuntamiento de Málaga.



Golfstyle Magazine 14 – 16 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo, en colaboración con Turismo Andaluz, acogió la visita de la reconocida periodista canadiense Anita Draycott, editora jefe de la revista cuatrimestral "Golfstyle Magazine". La Sra. Draycott es además editora asociada de la importante revista "Canadian Traveller" y trabaja como freelance y fotógrafa especializada en golf.

El motivo de su visita fue recabar información para escribir un reportaje sobre la oferta de golf de nuestra provincia, a publicar en el número que saldrá a finales de verano.

Gracias a los reportajes publicados en medios especializados canadienses, se logra llegar al público final. La importancia del mercado canadiense se incrementará gracias al vuelo directo Montreal-Málaga que próximamente comenzará a operar Air Transat.

El objetivo de esta acción no es otro que promocionar los campos de golf de la Costa del Sol, logrando repercusión e impacto en el mercado canadiense.

La visita se desarrolló de manera que la periodista pudiese disfrutar de un campo de golf y alojamiento diferente para cada día de estancia en la Costa del Sol. Así, pudo jugar en Golf Torrequebrada, La Cala Resort, La Quinta Golf & Country Club y Guadalmina Golf Sur. En cuanto al alojamiento, se realizó en los hoteles Torrequebrada, La Cala Resort, The Westin La Quinta Golf Resort y Guadalmina Spa & Golf Resort.

En líneas generales, la periodista quedó encantada del trato recibido así como por la calidad de las instalaciones hoteleras y de los campos.

Tal y como sucede en este tipo de acciones, la periodista hace mención en su reportaje de los campos y hoteles visitados.



Voyage

29 – 31 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de Varsovia, a través de Turismo Andaluz, solicitó nuestra colaboración en la visita de la redactora de la revista “Voyage”, Marta Spala. “Voyage” es la primera revista turística polaca en la que, en su edición del próximo mes de septiembre, Andalucía será el tema principal de la publicación con imagen en portada y 10-12 páginas de texto y fotografías.

El Patronato de Turismo le facilitó abundante información previa al viaje, además de un dossier con material promocional a su llegada a Málaga. También gestionó la posibilidad de fotografiar el interior del Museo Picasso. El Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga colaboró proporcionando un guía durante un recorrido por la ciudad visitando la Catedral, La Alcazaba, Fundación Casa Natal de Picasso.....

El alojamiento durante su estancia fue cortesía del Patronato de Turismo.



Süddeutsche Zeitung 5 – 7 junio 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo gestionó la visita del prestigioso periodista alemán Ludwig Rembold del diario "Süddeutsche Zeitung", que viajó a la Costa del Sol con la intención de publicar un reportaje sobre varios campos de golf de la Costa del Sol.

El Patronato de Turismo gestionó varios green fees tanto para él como para un fotógrafo, ofrecidos por cortesía de Finca El Cortesín, Monte Mayor Golf Course y El Chaparral.

La acción ha sido valorada muy positivamente por el Patronato habida cuenta de la importancia que para nuestro destino tiene este mercado y sobre todo por la relevancia que este segmento posee entre los visitantes germanos.



Spain Magazine 5 – 7 junio 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo gestionó la visita del prestigioso periodista británico Tony Jefferies, que escribe para la revista “Spain Magazine”.

La revista “Spain Magazine” es la publicación líder en Gran Bretaña para personas interesadas en todo lo que tenga que ver con España. El Sr. Jefferies ya ha escrito varios artículos en este sentido sobre la Costa del Sol que han sido publicados en dicha revista.

En este caso, su intención es publicar un reportaje sobre hoteles con encanto de carácter rural para disfrutar de forma principal en familia. Por esta razón, se le gestionó el alojamiento en el hotel Humaina, localizado en los Montes de Málaga.

El alojamiento fue ofrecido por cortesía de dicho hotel y el Patronato se hizo cargo del resto de las comidas que el Sr. Jefferies disfrute en el establecimiento.



Lüyou 7 junio 2007. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de Pekín, a través de Turismo Andaluz, solicitó nuestra colaboración en la visita de la directora de la revista “Lüyou”, Qin Zhijun, y su fotógrafa, Zhao Camping.

“Lüyou”, fundada en 1979, es la revista profesional de turismo más antigua de China, con una tirada de 120.000 ejemplares con difusión en todo el país. Han mostrado un gran interés por confeccionar un reportaje de unas 16 páginas sobre Andalucía

El Patronato de Turismo les facilitó abundante información previa al viaje, además de un dossier con material promocional a su llegada a Málaga. Asimismo, gestionó también la visita al Museo Picasso. El Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga colaboró proporcionando un guía durante un recorrido por la ciudad que incluyó la Catedral, La Alcazaba, Teatro Romano...

Tanto el almuerzo en el restaurante El Chinitas como el alojamiento durante su estancia fue cortesía del Patronato de Turismo.

Radiozurnal (Radio Nacional Checa) 22 – 23 junio 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo gestionó la visita del prestigioso periodista checo Pavel Novak de la emisora Radiozurnal, Radio Nacional Checa. El motivo de su viaje fue el de grabar una serie de reportajes radiofónicos a emitir en el fin de semana del 30 de junio al 1 de julio en la citada emisoras.

Dichos reportajes versaron sobre temática muy diversa como turismo de sol y playa, cultura, gastronomía, Zoo de Fuengirola y la noche de San Juan.

En un país como la República Checa, con más de diez millones de habitantes, Radiozurnal está consolidada como una de las emisoras de referencia. Cuenta con 700.000 oyentes de media en los informativos y se estima que alrededor de 400.000 checos escucharon directamente los reportajes elaborados sobre la Costa del Sol. Además, Radiozurnal cuenta con ocho emisoras regionales repartidas por todo el país que repiten los programas en horarios diferentes.

El interés por España y, en concreto por todo lo relacionado con la Costa del Sol en la República Checa, ha ido creciendo en los últimos años. El producto de sol y playa es el más demandado, aunque llama mucho la atención todo lo que tenga que ver con la cultura y la gastronomía andaluza. En función de éstos parámetros, desde el Patronato de Turismo se preparó una serie de visitas, que fueron del agrado del Sr. Novak.

En este sentido, el viernes día 22 de junio tuvo ocasión de conocer el Museo Picasso, así como la Casa Natal. Para el sábado se reservaron los municipios de la costa. De esta forma, por la mañana pudo visitar Torremolinos y la playa de La Carihuela. Antes de comer disfrutó de un paseo en coche de caballos por Marbella y por la tarde visitó el Zoo de Fuengirola donde mantuvo una entrevista con el director de operaciones, de nacionalidad checa. Durante la noche, Pavel Novak comprobó de primera mano la magia de la víspera de San Juan, en la playa de la Malagueta de la capital.

En líneas generales, el periodista checo se mostró gratamente sorprendido por los parámetros de calidad, en cuanto a los servicios turísticos de la provincia. También valoró de forma muy positiva la gran oferta complementaria al sol y playa que hay en el destino. Además, pudo degustar una buena muestra de la gastronomía andaluza, destacando el gazpacho o el espeto de sardinas. El domingo, el Sr. Novak continuó su visita a Andalucía desplazándose hasta Granada.

Periodistas Lituania 3 – 5 julio 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol organizó un viaje de familiarización con un grupo de periodistas procedentes de Lituania. El grupo, acompañado por una representante de la compañía aérea Air Baltic, vino a conocer el destino para la publicación de varios reportajes en los medios lituanos. El objetivo fue dar a conocer la provincia y promocionar así la conexión aérea entre Vilnius, la capital del país, y Málaga.

La compañía aérea Air Baltic es la mayor aerolínea de los países bálticos. Dentro del plan de expansión que está llevando a cabo este verano, opera un vuelo directo entre Vilnius y Málaga desde el 28 de abril pasado. Se están realizando dos vuelos semanales, los martes y jueves, y las expectativas de momento se están cumpliendo. La media de ocupación está alcanzando un 80% de la capacidad de los aviones.

De cara a reforzar la promoción del vuelo los meses fuertes de verano, la compañía se puso en contacto con el Patronato de Turismo, a través de la Oficina Española de Turismo de Copenhague. De esta forma, se organizó un viaje de familiarización que transcurrió por Málaga y Marbella. En el mismo estuvieron representados el periódico de mayor número de lectores en Lituania, la Radio y Televisión Nacional, así como tres importantes revistas de viaje.

Durante el primer día de estancia, el grupo disfrutó de toda la oferta cultural de la capital malagueña. Por la mañana se programó un paseo por el centro histórico, con comida en el restaurante La Cepa. Después del almuerzo, un guía del Ayuntamiento de Málaga les mostró la Catedral, la Alcazaba, el Teatro Romano, el Museo Picasso y la Casa Natal del pintor. La noche se reservó para una ruta de las tapas por los principales bares de Málaga.

El miércoles día 4 el grupo se desplazó a Marbella, interesados por toda la oferta turística del municipio. Con la colaboración del Área de Turismo del Ayuntamiento, los periodistas lituanos visitaron por la mañana la Mezquita, el Valle del Golf en Nueva Andalucía, Sierra Blanca, el flamante hotel Villapadierna y su nuevo teatro al aire libre.

La comida transcurrió en el Beach Club del hotel Marbella Club y por la tarde, el grupo tuvo ocasión de visitar el casco antiguo de la ciudad. Por la noche, tuvo lugar la cena de despedida en el famoso restaurante malagueño Maricuchi, localizado junto al mar, en Pedregalejo. Allí disfrutaron del “pescaito” y de la típica gastronomía malagueña.

En líneas generales, la acción promocional resultó todo un éxito. Pese a que el producto estrella para el turista lituano es el sol y playa, los periodistas mostraron mucho interés en toda la oferta cultural de Málaga. Conocieron los principales platos de la gastronomía local y comprobaron de primera mano la calidad de la oferta hotelera de la Costa del Sol.



AD (Grupo Conde Nast)
15 – 16 julio 2007. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de Milán solicitó la colaboración del Patronato de Turismo en la visita del periodista y fotógrafo Mauro Parmessani de la revista “AD”, en viaje por Andalucía para realizar un reportaje de unas 100 páginas, el principal de la revista, que será publicado en otoño. Dicho reportaje pretende presentar a Andalucía como una región entre Oriente y Occidente con una buena calidad de vida, lugares especiales para visitar con buenos restaurantes y hoteles no tan conocidos o promocionados.

“AD” es una revista de reconocido prestigio de periodicidad mensual dedicada sobre toda al diseño de interior y arquitectura. Tiene un “target” medio-alto y cuenta con una tirada de 186.904 ejemplares y 711.000 lectores.

El programa elaborado por el Patronato, adecuado al estilo de la revista, consistió en mostrar al Sr. Parmessani las mejores y últimas novedades en restaurantes así como la mejor oferta hotelera.

El Patronato le ofreció un almuerzo basado en la gastronomía malagueña en el restaurantes Los Vikingos y una cena en el chiringuito Maricuchi de la playa de Pedregalejo. El periodista estuvo alojado en el hotel Gallery Molina Larios.

Igualmente se le coordinaron varias vistas entre ellas los centros históricos de Málaga y Antequera para lo cual contamos con la colaboración de Área de Turismo de ambos Ayuntamientos.

Proxima Viagem 28 – 30 julio 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo gestionó la visita a la provincia de Málaga del editor y un fotógrafo de la revista brasileña “Proxima Viagem”, cuyo objetivo fue el realizar un reportaje sobre un viaje por Andalucía en coche que será portada de la edición del mes de septiembre 2007.

La revista “Proxima Viagem” es una de las revistas de viajes más importantes de Brasil. Pertenece a la editorial Peixes, que en ocho años se ha consolidado como una de las más grandes de dicho país en lo que se refiere a títulos segmentados. Actúa en las áreas de turismo, gastronomía, decoración, cine, deportes y cultura. En sus reportajes no muestran simplemente el lugar, sino que también hablan sobre la gente, sus costumbres, su historia, sus referencias musicales y literarias, etc., etc. Además, presentan sus costumbres, sus preferencias e idiosincrasias, todo ello para que el lector sea transportado a su destino.

Para la realización del reportaje a su paso por la provincia de Málaga, se les organizó y gestionó tanto el alojamiento, almuerzos y visitas los siguientes lugares de interés:

- **29 de julio – Ronda:** Contaron con un guía del Área de Turismo de Ronda quién les acompañó en un recorrido por la ciudad. Asimismo hubo que tramitar la autorización de la Real Maestranza de Ronda para la realización del reportaje fotográfico.
- **29 de julio – Marbella:** Visita al casco histórico y Puerto Banús. El almuerzo se realizó en el restaurante Santiago.
- **29 y 30 de julio – Málaga:** Acompañados por un guía visitaron la Alcazaba, el Teatro Romano y el Castillo de Gibralfaro. El día 30 les gestionamos la entrada al Museo Picasso donde, al ser lunes y estar cerrado al público, pudieron realizar el reportaje fotográfico.



Gourmet Traveller Magazine 2 – 3 agosto 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo colaboró con Turismo Andaluz en la visita de Anson Smart, fotógrafo de la revista gastronómica austriaca “Gourmet Traveller Magazine”. El viaje supone la continuación del que ya realizó el pasado mes de junio Emma Stoley, redactora de dicha revista. El fruto de estos viajes será la publicación de un completo reportaje sobre Andalucía en el próximo número de la revista.

El programa de visitas organizado para este periodista a su paso por nuestra provincia siguió las directrices marcadas por el editor de la “Gourmet Traveller Magazine”. De esta manera, el Patronato le gestionó alojamiento en el hotel Villapadierna de Estepona donde tuvo ocasión de visitar el hotel y fotografiar su flamante spa, disfrutando de una sesión gratis por cortesía del hotel. Esa misma tarde se acercó al hotel Gran Meliá Don Pepe para tomar fotografías del restaurante El Calima.

Al día siguiente le acompañamos a la estación de tren María Zambrano donde tomó el TALGO hasta Córdoba para continuar su viaje por Andalucía.



Irish Independent 4 – 6 agosto 2007. Málaga-Costa del Sol

Con motivo del evento “Málaga de Picasso en Dublín”, técnicos del Patronato de Turismo acompañaron al periodista irlandés Nick Kelly del diario “Irish Independent”, uno de los más importantes y más leídos de Irlanda, en una visita a la capital malagueña organizada conjuntamente con el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga y la Oficina Española de Turismo de Dublín. La invitación a este periodista procedió de las cinco instituciones que forman parte del convenio “Málaga de Picasso”: Cámara de Comercio de Málaga, Ayuntamiento de Málaga, Patronato de Turismo de la Costa del Sol, Turismo Andaluz y Unicaja.

Durante tres días tuvo ocasión de conocer los museos y monumentos más importantes de nuestra capital: Museo Picasso, Casa Natal de Picasso, CAC Málaga, Iglesia de Santo Domingo, Alcazaba, Gibralfaro, Catedral e incluso el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga como máximo referente de la ciudad del segmento de turismo de reuniones.

El sábado 1 de septiembre, en la sección de viajes del “Irish Independent”, se publicó un artículo escrito por Nick Kelly bajo el título “Costa del Class”. En este reportaje, el Sr. Kelly hace mención a todos los atractivos turísticos de la ciudad como la gastronomía, visitas culturales, sin dejar de mencionar los museos más importantes como el de Picasso, Fundación Picasso o CAC Málaga. También hace referencia al futuro trayecto del AVE Málaga-Madrid, al Palacio de Ferias y Congresos de Málaga, la feria de Málaga y muchos de los lugares visitados en nuestra ciudad que realmente le impresionaron gratamente, tal y como expresa en el extenso reportaje dedicado a la ciudad de Málaga.

Periodistas Varios Países 8, 9 y 11 agosto 2007. Málaga-Costa del Sol

Varios de los periodistas que integraron el grupo internacional de prensa organizado por el Patronato de Turismo con motivo de la feria de Málaga, manifestaron su intención de llegar a nuestra provincia algunos días antes del comienzo de la feria ya que tenían mucho interés en conocer parte de la oferta complementaria de nuestra zona, concretamente varios municipios del interior.

El Patronato de Turismo les facilitó un coche de alquiler así como información suficiente para que pudiesen desplazarse por su cuenta.

Seguidamente facilitamos nombre de dicho periodistas, medios a los que pertenecen y municipios de la provincia que visitaron:

- Elzbieta Wnuk-Lisowska – TVP3 Polonia. Casares, 11 de agosto
- Andrzej Lisowski – TVP3 Polonia. Casares, 11 de agosto
- Katarzyna Kutola – TVP3 Polonia. Casares, 11 de agosto
- Patryk Jordanowicz – TVP3 Polonia. Casares, 11 de agosto
- Alain Froissart – “Air France Magazine”. Ronda, 11 de agosto
- Chantal Santouen – “Air France Magazine”. Ronda, 11 de agosto
- Véronique Emmenegger – “Sports”, “Loisirs”, Ronda, 11 de agosto
- Nancy Bundt – “Maison”, “Time Magazine”.... Ronda, 8 y 9 de agosto
- Adam Ried – “Boston Globe”. Ronda, 8 y 9 de agosto

En general, estos periodistas quedaron encantados con la completa oferta turística de la provincia que abarca más allá de sol y playa. Pudieron comprobar de primera mano las excelencias de nuestros municipios turísticos del interior.

VAB Kelioniu Magija, La Stampa y Tutto Turismo 9 agosto 2007. Málaga-Costa del Sol

Dos de las periodistas que integraron el grupo internacional de prensa organizado por el Patronato de Turismo con motivo de la feria de Málaga, manifestaron su intención de llegar a nuestra provincia dos días antes del comienzo de la feria ya que tenían mucho interés en conocer parte de la oferta complementaria de nuestra zona.

Dichas periodistas, Kristina Stalnionyte y Francesca Colosi procedentes de Lituania e Italia, trabajan para los medios VAB “Kelioniu Magija” y “La Stampa” y “Tutto Turismo” respectivamente.

Así, se les organizó una visita a Antequera para lo cual contamos con la colaboración del Área de Turismo del Ayuntamiento de dicha ciudad que puso un guía a nuestra disposición quién nos acompañó durante todo el día.

El programa incluyó una visita al Museo Municipal, ubicado en el Palacio de Nájera, para continuar con un recorrido por el centro histórico prestando especial atención a la Colegiata de Santa María y a la muralla árabe desde donde pudieron disfrutar de unas magníficas vistas. Seguidamente tuvo lugar un almuerzo en el restaurante Coso Viejo donde pudieron degustar la gastronomía local y, especialmente, la porra antequerana.

Ya por la tarde visitaron el conjunto histórico de los Dólmenes para, posteriormente, desplazarse al Antequera Golf Club donde fuimos atendidos por el director del complejo quién nos mostró todo el campo en un paseo en buggy.

En general, las periodistas quedaron encantadas con la completa oferta turística de la provincia que abarca más allá de sol y playa. Pudieron comprobar de primera mano las excelencias de uno de los principales municipios turísticos del interior.

Grupo Internacional de Prensa Feria de Málaga 10 – 14 agosto 2007. Málaga Costa del Sol

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol organizó un año más un viaje de familiarización con prensa nacional e internacional con motivo de la Feria de Málaga. La estancia del grupo se prolongó durante los días 10 al 14 de agosto y el objetivo marcado fue el lograr una amplia cobertura mediática del evento en los medios de comunicación representados.

Fue si duda el grupo de prensa más importante que ha traído el Patronato en los últimos años, sin contar con la inauguración del Museo Picasso. Contamos con la participación de reporteros y fotógrafos procedentes de 14 países, así como prensa nacional especializada de varios puntos de España.

El grupo lo formaron 33 profesionales, que disfrutaron de una apretada agenda de actividades. Entre los representados destaca la presencia de “Time Magazine” y “Boston Globe” (EE. UU.), “La Stampa” (Milán), “Univers des Voyages” y “Air France Magazine” (París), la televisión nacional polaca TVP3 (Varsovia), o el diario “Extra Bladet” (Copenhague).

De esta forma, el día 10 de agosto pudieron disfrutar en directo el acto inaugural de la Feria y los fuegos artificiales desde la terraza del hotel Gallery Molina Larios. El día 11 tuvo lugar una recepción en el Ayuntamiento de Málaga así como la participación en coche de caballos en la romería urbana, hasta el Santuario de la Virgen de la Victoria.

Más tarde disfrutaron de la Feria de día y ya por la noche, el grupo se trasladó al Real de a Feria. Allí la Delegación de Turismo del Ayuntamiento de Málaga les ofreció una recepción en la caseta oficial y una cena en la peña “Parque Mediterráneo”.

El domingo 12 presenciaron varias actuaciones flamencas en la caseta de la peña “Juan Brea” para, posteriormente, acudir a la plaza de toros de La Malagueta donde asistieron una corrida de toros con un cartel de lujo: Francisco Rivera Ordóñez, El Fandi y Julio Benítez “El Cordobés”. Por la noche el grupo se trasladó a la playa de Pedregalejo para cenar el típico “pescaito frito” en el popular restaurante Maricuchi.

El lunes 13 de agosto, los periodistas almorzaron en la caseta “Los Amigos de la Espiga” en el Real de la Feria, con actuaciones de flamenco en vivo. Por la noche, en el Puerto Deportivo de Benalmádena, tuvo lugar la cena de despedida en el restaurante Los Delfines. Tras la mismas, se les ofreció un paseo en barco con una copa de champagne a bordo, cortesía del Ayuntamiento de Benalmádena.

En definitiva, un programa previsto para reflejar el carácter singular, abierto, internacional y cosmopolita de la gran Fiesta del Verano en Málaga. La feria, que tiene su origen en la incorporación de la ciudad a la corona de Castilla en 1487, reúne a cientos de miles de personas año tras año, muchos de ellos turistas alojados en la



provincia. Con esta acción promocional, el Patronato se asegura notoriedad e impacto en los medios de comunicación nacionales y extranjeros.

El Patronato estima que se elaborarán unos 40 reportajes sobre diferentes temas. Aunque la mayor parte de los reportajes versarán sobre la feria de Málaga, los periodistas aprovecharon su estancia en la provincia para abordar otras temáticas como toros, Picasso y cultura, hoteles y algunos específicos centrados en algunas localidades como Marbella, Ronda y Antequera, que también fueron visitadas por algunos de los periodistas.

Una vez se publiquen estos artículos, las diferentes OET's de todo el mundo enviarán al Patronato su estimación acerca de la valoración económica que tienen estos reportajes y que, sin duda, según nos adelantan, será muy elevada.



Equipo Televisión TV3 16 – 19 agosto 2007. Málaga-Costa del Sol

Con motivo del evento “Málaga de Picasso en Dublín”, técnicos del Patronato de Turismo acompañaron a un equipo de TV3, el canal de televisión más visto en Irlanda, en una visita a la capital malagueña organizada conjuntamente con el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga y la Oficina Española de Turismo de Dublín. La invitación a este equipo de televisión procedió de las cinco instituciones que forman parte del convenio “Málaga de Picasso”: Cámara de Comercio de Málaga, Ayuntamiento de Málaga, Patronato de Turismo de la Costa del Sol, Turismo Andaluz y Unicaja.

La visita de este equipo de televisión, formado por un cámara, presentador y regidora, coincidió con la feria de Málaga lo que les permitió ver y saborear nuestra tradición más folclórica y animada. Pudieron disfrutar de la feria del centro visitando varias casetas como la del Centro Histórico y la Cámara de Comercio y pasearon por el centro grabando pandas de verdiales y el ambiente de las calles. También se les llevó a conocer el real de la feria donde disfrutaron de la noche en varias casetas.

Asimismo, tuvieron ocasión de realizar un recorrido cultural por Málaga con visitas a la Catedral, Museo Picasso, Casa Natal de Picasso, Alcazaba, Teatro Romano, Gibralfaro, CAC Málaga, Finca La Concepción y la zona de las playas de Pedregalejo.

Las imágenes recopiladas fueron emitidas el 3 de septiembre en un programa de 30 minutos de duración, repitiéndose en los dos días siguientes. Además, durante toda la semana anterior, se emitieron varias imágenes de Málaga anunciando el evento “Málaga de Picasso en Dublín” y animando a los telespectadores a visitar el Round Room del Mansion House donde se celebró dicho evento.

El resultado de esta visita fue todo un éxito debido a la gran repercusión que tuvo en Irlanda así como por la satisfacción de los componentes del equipo que quedaron encantados con la cantidad y calidad de las imágenes grabadas y por el trato personal recibido durante su estancia.



Travel Leisure South Asia 30 – 31 agosto 2007. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de Singapur y Turismo Andaluz solicitaron nuestra colaboración en la visita de un periodista y un fotógrafo de la revista "Travel Leisure South Asia", una de las publicaciones con más prestigio de India, con una tirada de 60.000 ejemplares y 400.000 lectores. Estos periodistas estuvieron acompañados por un guía-correo de Turismo Andaluz.

Durante su estancia en Málaga, después de viajar a Sevilla, Córdoba y Jaén, contaron con la asistencia de técnicos del Patronato de Turismo que les coordinó una visita a Ronda y les invitó a un almuerzo en el restaurante Montelirio, para lo cual contamos con la colaboración de la Oficina de Turismo de Ronda.

En Marbella, una técnica del Área de Turismo del Ayuntamiento les acompañó en un recorrido por el casco antiguo, Plaza de los Naranjos, Paseo Marítimo y posteriormente el Patronato les invitó a almorzar en la Marisquería Santiago.

Por último en Málaga capital y por cortesía del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, visitaron el centro histórico y el Museo Picasso. Nuevamente, el Patronato les invitó a unas tapas en la bodega El Pimpi y aun almuerzo en el restaurante Trayamar. Por la tarde asistieron a un concierto de Estrella Morente en las playas de El Palo (que luego recordaron como uno de los mejores momentos de todo el viaje) y por último disfrutaron de una cena en un popular chiringuito de Pedregalejo.

La OET de Singapur, dentro de la programación de sus jornadas en Goa, organizó en Bombay y Delhi dos fiestas de lanzamiento del suplemento sobre España que realizó la revista después del viaje. Turismo Andaluz destinó para este proyecto la mayor parte de su inversión publicitaria en India.



Editorial Geophon 5 – 6 septiembre 2007. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de Düsseldorf solicitó la colaboración del Patronato de Turismo para el trabajo a realizar por la periodista Christiane Cannizo quién tenía programada la realización de un libro auditivo sobre Andalucía para la editorial “Geophon”, a publicar en la primavera de 2008. Aunque este tipo de libros no es muy conocido en España, en Alemania es muy vendido. Paralelamente iba a realizar un reportaje sobre nuestra comunidad autónoma a emitir en la televisión alemana.

El Patronato de Turismo le gestionó el alojamiento en el hotel rural Hacienda San José de Mijas así como en el hotel La Espuela de Ronda. En esta ciudad contamos con la colaboración de la Oficina de Turismo que ofreció una visita guiada por el centro histórico para, posteriormente, almorzar en el restaurante Montelirio por cortesía del Patronato.

Igualmente la invitamos y acompañamos a la novillada goyesca y la pusimos en contacto con uno de los toreros para facilitarle una sesión de fotos antes de la corrida y una entrevista al finalizar la misma.

Aftenposten
7 septiembre 207. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de Oslo solicitó la colaboración del Patronato de Turismo de la Costa del Sol en la visita del periodista Inge Ludereng que viajó a Ronda durante su feria Goyesca.

El Sr. Ludereng es el responsable de redacción de una serie de artículos a publicar en un suplemento dedicado a España como destino turístico que, por séptimo año, editará el diario "Aftenposten".

"Aftenposten", el principal periódico de Oslo, es uno de los más importantes diarios de Noruega que cuenta con 770.000 lectores diarios, cifra bastante impresionante teniendo en cuenta que Noruega tiene 4.500.000 habitantes.

Es el periódico más significativo si se excluye a otros diarios en formato tabloide y de corte sensacionalista que le superan en distribución. Su tirada en días laborables es de 246.783 ejemplares difundándose fundamentalmente a través de suscripciones. El punto geográfico de Noruega donde está más implantado es el área de la capital, Oslo, y las regiones más próximas a esta área. El coste de una página de publicidad a cuatro colores en día laboral es de 163.400 coronas (unos 20.425 euros).

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol proporcionó al Sr. Ludereng el alojamiento en el hotel La Española de Ronda así como un coche de alquiler para sus desplazamientos por nuestra provincia. Asimismo, le invitamos a comer y le acompañamos a un almuerzo en el restaurante Montelirio y a una novillada celebrada con motivo de la feria de Ronda. Por último, le gestionamos algunas entrevistas y le facilitamos material de promoción e informativo.

Suplemento Monarch-The Guardian
17 – 19 septiembre 2007. Málaga-Costa del Sol

Turismo Andaluz solicitó nuestra participación en el viaje de prensa de dos periodistas del prestigioso diario británico “The Guardian” en viaje por Andalucía, con el objetivo de elaborar un suplemento bajo el título “Andalucía de los seis sentidos” para el que también contaban con la colaboración de las líneas aéreas Monarch. La idea era promocionar y dar a conocer nuestra comunidad autónoma al tiempo que reforzar los vuelos que Monarch mantiene a distintos aeropuertos andaluces.

El Patronato de Turismo coordinó las actividades y visitas para los días de su estancia en Málaga para lo cual contamos con la colaboración del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, que puso un guía a su disposición, así como con el Museo Picasso.

Asimismo, acompañamos a estos periodistas durante un almuerzo en el restaurante La Cepa en el transcurso del cual les informamos de todas las novedades y proyectos de la ciudad haciéndoles entrega, además, de material promocional e informativo.

Estuvieron alojados en el hotel NH Málaga por cortesía del Patronato de Turismo.

El suplemento apareció a finales de octubre 2007 y fue dado a conocer y distribuido durante la WTM celebrada en Londres.



Norsk Uklebad 3 – 7 octubre 2007. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de Oslo solicitó la colaboración del Patronato de Turismo en el viaje de prensa de la periodista Nina Bergensen de la revista “Norsk Uklebad”. El motivo del viaje no era otro que recabar información para la realización de un reportaje de 6 páginas en el que se centraría en recomendar lugares con encanto.

La revista tiene una tira de 126.382 ejemplares y cuenta con 570.000 lectores.

A petición de la Sra. Bergensen, le facilitamos toda la información necesaria sobre la provincia y le pusimos en contacto con las diferentes Oficinas de Turismo. Asimismo, le gestionamos el alojamiento por cortesía en su primera noche de estancia en la Costa del Sol en el Parador de Gibralfaro.



Periodistas Australianos 7 – 10 octubre 2007. Málaga-Costa del Sol

A través de la Oficina Española de Turismo de Singapur, colaboramos con el viaje de prensa de dos periodistas australianos en su primera visita a Andalucía.

Se trataba concretamente de Carol West (redactora) y Robert Muir (fotógrafo) que trabajan como free-lance para publicaciones como “Sunday Age”, “Sun Herald” o “Vacations & Travel”.

En 2006 viajaron a Cataluña y como resultado de ese viaje escribieron varios artículos que se pueden leer en su página web www.imageink.com.au, bajo el epígrafe “Europa”.

Permanecieron en Málaga del 7 al 10 de octubre y nuestra colaboración consistió en gestionarles el alojamiento y coordinarles varias visitas al centro histórico así como al Museo Picasso.

Dove
9 – 10 octubre 2007. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de Milán solicitó la colaboración del Patronato de Turismo para el viaje de prensa de M^a Teresa Montaruli (redactora) y Ricardo Francone (fotógrafo) de la revista italiana “Dove” que cuenta con una tirada mensual de 161.422 ejemplares y una difusión media por número de 110.780 lectores.

El objetivo de la visita fue la realización de un reportaje que girara en torno al mundo del toreo centrándose, principalmente, en la figura de Manolete. Asimismo, el reportaje incluiría la zona de Ronda y alrededores, sobre todo basándose en hoteles especiales y en los restaurantes desde los modernos hasta los más tradicionales.

El programa elaborado, en colaboración con la Oficina de Turismo de Ronda, incluyó el alojamiento en el hotel Enfrentearte (una noche) de Ronda, almuerzo en el restaurante Montelirio y cena en el restaurante Pedro Romero. Una técnica de la Oficina de Turismo les acompañó al almuerzo y les ofreció una visita por el casco antiguo facilitándoles la información necesaria.

El segundo día del viaje se alojaron en la Hacienda La Herriza y disfrutaron de una comida en el restaurante La Molienda de Benalauría por cortesía del Patronato. La técnica de Turismo de Ronda les acompañó a visitar una serie de hoteles rurales de la zona.

Periodistas un tanto conflictivos ya que la Sra. Montaruli cambiaba los planes constantemente. Uno de los días cambió la cita que se le había concertado con la alcaldesa de Ganaguacil. Tampoco tuvo buen trato en los hoteles y restaurantes que el Patronato había concertado, de lo que dimos cuenta a la OET de Milán para su conocimiento.

Grupos Varios de Prensa Octubre 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo atendió durante el mes de octubre de 2007 distintos grupos de prensa que se alojaron en nuestra provincia al objeto de realizar diferentes reportajes sobre nuestro destino.

- **29 de septiembre al 5 de octubre – HVG.** Visita de Peter Vass, periodista húngaro que vino de la mano de la Oficina Española de Turismo de Viena. Es redactor de la revista de economía HVG, que se distribuyen entre directivos y que cuenta con una tirada de 116.000 ejemplares. El periodista estaba muy interesado en el tema Picasso y la tauromaquia por lo que se les gestionó una visita a la localidad en la que colaboró el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga centrada en una visita al Museo Picasso y a la casa natal del genio malagueño así como la iglesia de Santiago y los exteriores de la antigua escuela de Bellas Artes (Ateneo de Málaga). Además se le organizó una visita a la plaza de toros La Malagueta y una entrevista con su presidenta. Asimismo, realizó un recorrido por otros lugares de la provincia como Ronda y su plaza de toros.
- **16 al 21 de octubre – TV Evasion.** A través de la escuela de española para extranjeros Malaca Instituto atendimos a un grupo de televisión de Canadá, TV Evasion, que rodó diferentes reportajes en la provincia centrados en los aspectos culturales, turísticos e históricos como complemento a la oferta de sol y playa para un reportaje televisivo de media hora de duración emitido en horario de máxima audiencia. El programa televisivo estaba enfocado al público adulto canadiense que busca destinos culturales y de ocio sobre todo en época invernal. Se les gestionó una visita a Málaga en colaboración con el Área de Turismo del Ayuntamiento así como una cena en un conocido restaurante de la capital. Además se les proporcionó transporte durante su estancia y se solicitaron permisos de filmación al Film Office. Aparte de Málaga se gestionó otra visita a Marbella en colaboración con el Área de Turismo del Ayuntamiento de esta localidad.
- **21 al 23 de octubre – Chris Coplans.** En colaboración con Turismo Andaluz recibimos la visita del periodista londinense Chris Coplans a quién se le organizó una visita a la ciudad de Málaga centrada en la figura de Picasso. Este periodista estaba muy interesado en el tema de las peñas flamencas y en el baile en general por lo que se le organizó además la asistencia a una clase privada de flamenco. El periodista fue bastante complicado por lo que tanto Turismo Andaluz con este Patronato tuvimos serias dificultades a la hora de organizarle la visita.
- **22 de octubre – Barbara Schäfer.** Periodista alemana que acudió a nuestra zona con el fin de realizar un reportaje sobre Ronda y los pueblos blancos de la mano de

la Oficina Española de Turismo de Berlín. Se le buscó alojamiento en la ciudad del Tajo, concretamente en el hotel Maestranza.

- **22 al 24 de octubre – Viasat TV.** Visita de un equipo de esta televisión de Suecia que vino de la mano de la Oficina Española de Turismo en Estocolmo con la colaboración de Turismo Andaluz. Les proporcionamos el alojamiento en el hotel Guadalmina Spa & Golf Resort, en el que centraron la mayor parte de sus reportajes. Además de lo organizó un programa de visitas muy apretado a diferentes campos de la provincia, tres en cada uno de los días que permanecieron en la ciudad. Entre los campos en los que se prepararon visitas, a petición de la productora, figuraron El Chaparra, Mijas Golf y La Cala en la primera de las jornadas; Finca El Cortesín, Atalaya y La Duquesa en la segunda y Los Naranjos, La Quinta y Guadalmina en la tercera jornada. En los diferentes campos se organizaron citas con sus directores, se les ofrecieron almuerzos e incluso green fess en donde lo solicitaron.

La gestión de todo lo relacionado con este grupo fue muy complicada pues una vez en nuestro destino fueron cambiando el programa a su antojo sin que ni Turismo Andaluz ni la OET ni el propio Patronato pudiéramos hacer nada. A última hora hubo que anular muchos de los campos con el consiguiente enfado de sus directores y gestionar una visita guiada a Málaga, en colaboración con el Área de Turismo del Ayuntamiento de la capital. Estuvimos a punto de escribir una carta de protesta a la OET de Estocolmo, porque la productora aseguraba que lo incluido en el programa no era lo que ellos habían solicitado y a nosotros los continuos cambios de programa nos trajeron enormes complicaciones y malentendidos con nuestros socios, pero hay que decir que el resultado final del programa fue muy bueno por lo que transmitimos nuestras quejas a la OET sólo de manera verbal.

- **23 de octubre – Cenneth Sparby y Gunnar Lindberg.** Periodistas que visitaron la Costa del Sol a través de la mano de la Oficina Española de Turismo de Estocolmo. Les facilitamos el alojamiento así como una serie de visitas a diferentes localidades turística de la provincia. Se alojaron en los hoteles Beach House y Town House en Mijas y Marbella así como en el hotel Reina Victoria en Ronda. También se organizaron visitas a diferentes localidades en colaboración con los Ayuntamientos de distintos municipios.

Grupo de Prensa ASPET
16 – 19 noviembre 2007. Málaga-Costa del Sol

Turismo Andaluz solicitó la colaboración del Patronato de Turismo para un grupo de prensa asturiano de la Asociación Asturiana de Periodistas y Escritores de Turismo.

El grupo estaba compuesto por ocho profesionales de revistas especializadas en vino y gastronomía, industria hostelera, turismo y ocio, pertenecientes a medios como el diario “La Nueva España” o las revistas “Aspetur”, “Sicera” y “Revista de los Empresarios Asturianos y Hostelería 2000”.

Nuestra colaboración consistió en gestionarles el alojamiento y organizarles un programa de visitas para los cuatro días que duró su estancia en nuestra provincia.

Así, visitaron en centro histórico de Málaga y el Museo Picasso. Posteriormente disfrutaron de un almuerzo en el Restaurante La Ceba, realizaron un “recorrido de tapas” y cenaron en el Parador de Gibralfaro.

En Antequera, donde contamos con la colaboración del Área de Turismo del Ayuntamiento, visitaron los dólmenes, la zona monumental, el Museo Municipal y el hotel Antequera golf que les ofreció un almuerzo en la Casa Club.

Igualmente, visitaron el Puerto Deportivo de Benalmádena que incluyó un paseo en barco por la zona. Seguidamente se trasladaron a Mijas donde degustaron una cata de vinos y un maridaje de tapas por cortesía de Turismo Andaluz.

Por último, disfrutaron de un circuito termal en Carratraca y de un almuerzo en el restaurante Abilio de Álora, precedido por un paseo por la localidad acompañados por personal del Área de Turismo de este Ayuntamiento y un técnico del Patronato de Turismo.



TV Holanda 25 – 26 noviembre 2007. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de La Haya solicitó nuestra colaboración para la visita de una televisión holandesa que viajó a la Costa del Sol con el objetivo de recoger imágenes para el programa “3 OP Reis”. Se trata de un programa de viajes en el que los dos presentadores, muy conocidos en los Países Bajos, tocan diversos destinos poniendo especial énfasis en las personas, la naturaleza y el medio ambiente.

El equipo de filmación, formado por seis personas, llegó a nuestra provincia procedente de Granada y su principal interés se centraba en Ronda, pueblos blancos, Málaga capital y Picasso.

Nuestra colaboración consistió en proporcionarles una furgoneta de alquiler y el alojamiento para la noche del 25 de noviembre, así como facilitarles toda la información y contactos necesarios para el rodaje tanto en Ronda y su Serranía como en Málaga.

La serie se está emitiendo desde noviembre en la tercera cadena de la televisión estatal holandesa.



Grupo de Prensa Nueva York 8 – 14 diciembre 2007. Málaga-Costa del Sol

Turismo Andaluz, a través de la Oficina Española de Turismo de Nueva York organizó un viaje de prensa por Andalucía para un grupo de nueve periodistas a quienes acompañó la directora de Comunicación de la citada OET. Los componentes del grupo pertenecían a medios de comunicación especializados en turismo como “Global Traveler”, “Sogonow.com”, “Luxury Travel”, “MSNBC.com”, “Albano Times Union”, “Newsday” y “New Cork Daily News”.

En grupo se alojó en el hotel Ritz Carlton Villa Padiera por cortesía de dicho establecimiento.

El primer día de su estancia en nuestra provincia visitaron Marbella y alrededores. El Patronato de Turismo les coordinó la asistencia de un técnico del Ayuntamiento de esta ciudad y les acompañó en la visita. Para finalizar, les invitó a una cena en el restaurante La Navilla.

El segundo día discurrió en Málaga capital donde, con la colaboración del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, les organizamos un recorrido guiado al centro histórico y visita al Museo Picasso, visita a la que se incorporó un responsable de prensa de dicho Ayuntamiento.

Una vez finalizada su estancia en la provincia de Málaga, continuaron viaje a otras ciudades andaluzas.



Internet Focus.de
27 – 30 diciembre 2007. Málaga-Costa del Sol

La Oficina Española de Turismo de Munich solicitó nuestra colaboración para la visita del periodista Martin Cyris del portal de Internet Focus.de que, además, es colaborador free lance de conocidas publicaciones turísticas alemanas.

El motivo de su viaje era el escribir un artículo sobre la ciudad como destino cultural de invierno. Su idea era poner el foco en la gastronomía y hacer referencia a los locales de moda para gente entre 30-40 años (tapeo, cafés, copas, etc.), además de hacer un retrato general de la ciudad.

Para facilitar su labor, previamente le enviamos toda la información necesaria. Una vez en Málaga, el Área de Turismo de la capital costasoleña le ofreció un guía que le acompañó en una visita guiada por el centro histórico y el Museo Picasso.

Personal del Patronato de Turismo le acompañó en un recorrido por la zona de tapas, restaurantes y centro comercial. Posteriormente, le invitamos a almorzar en un conocido restaurante de cocina malagueña.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU

OTRAS ACCIONES

Presentación Página Web OET Londres 8 enero 2007. Londres

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol se desplazó a Londres, dentro de su proyecto de presentación de la página web www.visitacostadelsol.com, con el objetivo de dar a conocer los contenidos de la misma al personal de la Oficina Española de Turismo de Londres.

2. Formato

La presentación se llevó a cabo en las instalaciones de la OET de Londres en una sala de reuniones perfectamente equipada para la ocasión con ordenador, conexión a Internet, pantalla y proyector.

3. Desarrollo

Dicha presentación, que duró aproximadamente 45 minutos y contó con la presencia de unos 30 empleados de la citada OET, se estructuró en cuatro apartados: presentación general de la web y de la iniciativa que estamos llevando a cabo, del área turística, del área profesional y preguntas.

En primer lugar se realizó una breve descripción de la website a modo de introducción en la que se informó del objetivo primordial de ésta, invitando a todos los asistentes a participar activamente en la misma.

En el área turística se hizo especial hincapié en el desarrollo de las guías turísticas, Contact Center, canal de pueblos y en la agenda cultural.

Se les explicó detenidamente el servicio que ofrece el Contact Center y, sobre todo, la amplitud de soportes mediáticos con los que cuenta.

Dentro del área profesional se hizo un repaso por todas las secciones resaltando aquellas que pudieran resultarles de más utilidad: estudios, estadísticas, Turímetro, press clipping, recursos turísticos y descarga de imágenes entre otros.

Mostraron mucho interés en la base de datos de imágenes e hicieron mención al número de peticiones que reciben casi a diario solicitando imágenes. Algunos de los asistentes ignoraban que se puede contar con más de 4.000 imágenes tan sólo con solicitar la clave.

Asimismo destacaron la frecuencia con que se actualizan los contenidos, sobre todo en los apartados de estadísticas, inversiones y negocios.



En el apartado de preguntas, sugirieron la posibilidad de colgar en el área turística información más concisa sobre el transporte y las comunicaciones en la provincia. También querían estudiar la posibilidad de que les hiciéramos llegar mensualmente las actividades que los municipios remiten al Patronato. Quedaron en contestarnos por escrito.

Dos días después de la presentación se han recibido varias llamadas de dicha OET solicitando la clave y la resolución de algunas dudas.

4. Conclusiones

La iniciativa de presentar a las OET's la página web es, sin duda, la mejor forma de informar sobre los servicios de la misma al tiempo que conocemos las necesidades que demandan estos organismos.

También es importante saber las secciones de nuestra website que resultan más útiles e interesantes para los profesionales y visitantes.

El director de promoción de la OET de Londres valoró enormemente esta iniciativa y manifestó que recomendaría al resto de Patronatos de Turismo que la pusieran en marcha.

Visita Inspección WHTC 2008 8 – 12 enero 2007. Dubai

Técnicos del Patronato de Turismo fueron invitados junto con el presidente de la entidad a visitar Dubai con el fin de conocer a los organizadores de la World Health Tourism Congress, una importante congreso mundial del segmento de salud que el Patronato de Turismo ha captado para su celebración en la Costa del Sol en el año 2008.

La visita de inspección incluyó, entre otras, reuniones con el principal tour operador de la región y con las autoridades turísticas de Dubai y ofreció además una magnífica oportunidad de conocer a fondo la oferta turística de un importante destino competidor.

Durante la reunión con los responsables de Aura Events se planteó nuestra presencia en el congreso que WHTC celebrará en Chipre en el mes de marzo 2007, así como el perfil y detalles logísticos del evento a celebrar en Marbella en el 2008. También se abordó el tema de la promoción de nuestro destino hacia el sector de segmento de incentivos en los países árabes en general y Dubai en particular, ya que se trata de uno de los emiratos con mayor concentración de empresas multinacionales.

En la reunión con el director general de Alpha Tours, Sr. Ghassan Aridi, se trataron varios temas, entre ellos la necesidad de contar con una representación local en los mercados árabes dado que Turespaña lleva la promoción de esa zonas desde la Oficina Española de Turismo de Roma. El Sr. Aridi, gran conocedor de este destino, fundó hace 15 años el tour operador Alpha Tours considerado hoy en día como uno de los más importantes del país y que hace un mes llegó a un acuerdo con una de las principales cadenas de agencias de viajes en el mercado de Arabia Saudí.

Para la reunión con las autoridades turísticas de Dubai se contó con el máximo responsable del Departamento de Turismo y Marketing de Comercio del Gobierno de Dubai, su Excelencia Khaled Bin Sulayem, que estuvo acompañado por el Sr. Awadh Seghayer Alketbi, director del Dubai Convention Bureau y del Terminal de Cruceros, recinto donde se celebró este acto. También estuvo presente el Sr. Abdullah bin Suwaidam, subdirector del Departamento de Turismo.

Tras el intercambio protocolario de bienvenida, las autoridades turísticas de Dubai propusieron una colaboración más estrecha entre las dos entidades turísticas, considerando que ambas tienen mucho en común e insistieron en la importancia de lograr, de forma conjunta, la puesta en marcha de una línea directa de vuelo entre Dubai y España. Nos informaron que la línea aérea Emirates tenía previsto introducir este vuelo pero debido al retraso de la entrega de aviones por parte de Airbus, se ha tenido que aplazar la fecha de inicio. Por otra parte, por mediación de Alpha Tours, se propuso una reunión con el máximo responsable de Air Europa durante el transcurso de FITUR con el objetivo de plantearle este tema.



Por otro lado, los responsables del Patronato de Turismo tuvieron la oportunidad de visitar y conocer de primera mano algunos de los proyectos turísticos más significantes de Dubai, destino que manifiesta un auge importante y cuya industria turística representa la fuente de ingresos más potente de este emirato, por encima de los ingresos producidos por el petróleo. Además representa un modelo a imitar por otros emiratos como el es caso de Abu Dhabi o de otros países árabes como Qatar.

Dubai es un importante competidor en lo que al segmento de turismo de alto nivel se refiere y también en el segmento de congresos e incentivos y prevé aumentar sus llegadas de 7.5 millones en el año 2006 a 15 millones en el 2010.

Además de los proyectos espectaculares de las Tres Palmeras y El Mundo, existen muchos otros proyectos que impresionan por su magnitud como es el caso del Waterfront (con una extensión siete veces mayor que la de Manhattan), Dubailand (varios resorts y parques de atracciones en medio del desierto), la zona financiera alrededor del Burj Dubai (edificio más alto del mundo con, aproximadamente, 820 metros), así como las “ciudades” del Conocimiento, Los Medios, El Internet o La Salud, todo ello provisto de un nuevo aeropuerto que será el más grande del mundo.

III World Health Tourism Congress 2008 – Costa del Sol

Será la tercera edición de un congreso exclusivo enfocado a ejecutivos del más alto nivel de 500 empresas mundialmente conocidas y a instituciones gubernamentales de todo el mundo. El evento promoverá la Costa del Sol como destino ideal para el turismo de salud y bienestar así como de tratamientos médicos.

El congreso atraerá entre unos 200 a 250 representantes, además de otros 70 a 80 proveedores de hospitales, clínicas spas, así como a profesionales del sector de salud y bienestar mundialmente reconocidos, quienes vendrán acompañados por importantes representantes de los medios de comunicación internacionales.

La duración del congreso será de 4 días/3 noches con dos jornadas de trabajo basadas en reuniones personales entre los compradores y los proveedores. El último día estará dedicado exclusivamente a la promoción del destino a los compradores potenciales.

Los compradores son instituciones/empresas (60% del mundo árabe) que envían a sus clientes o empleados al extranjero para tratamientos médicos y de bienestar por carecer de las instalaciones adecuadas o por el elevado coste en el país de origen. Están divididas en cuatro categorías: Ministerios de Salud, Compañías de Seguro, Agencias de Viaje y Outgoing Tour Operadores.



Presentación Costa del Sol 7 – 8 febrero 2007. Singapur

1. Acción - objetivo

Aprovechando la presencia de técnicos del Patronato en la feria AIME de Australia, se realizó una amplia presentación del destino Costa del Sol al mercado de Singapur dedicada a la oferta de turismo de reuniones e incentivos. Se trata de una iniciativa de colaboración que surgió hace tres años entre el Patronato de Turismo y la Oficina Española de Turismo de Singapur.

La acción se desarrolló durante dos almuerzos en el hotel Conrad Centennial donde se realizaron las presentaciones, una destinada a medios de comunicación y agentes de viajes y otra a empresas.

Fue hace dos años cuando, por primera vez, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol decidió acercarse a este mercado en el sudeste asiático y se sigue insistiendo pues, a pesar de la poca inversión destinada al mismo, ya se ve materializado un retorno en cuanto a la inversión con confirmación de algunos grupos. Además el Patronato de Turismo colabora con los fam-trips de agencias, medios y empresas que desde hace dos años organiza la OET de Singapur.

La distancia que nos separa de este país es un inconveniente aunque están acostumbrados a largas horas de vuelo sobre todo a Europa que es un continente que les atrae mucho. La gran noticia del año es el nuevo vuelo directo Singapur-Barcelona de Singapore Airlines con una frecuencia de tres días a la semana. El vuelo empezó a operar en julio de 2006 y tiene una gran demanda sobre todo porque es con el avión que ha puesto en marcha la nueva clase business. Además está el vuelo Qatar Airways (Singapur-Doha-Madrid) también tres veces a la semana, aunque cualquier otra conexión a través de Europa es buena.

Tras algunos años de crisis, Singapur comienza a mostrar al mundo una fuerte economía y las empresas multinacionales con base en dicho país no escatiman en gastos y organizan varios viajes de reuniones e incentivos, sobre todo las empresas relacionadas con seguros, banca y alta tecnología, así como grupos relacionados con el golf. También es cierto que miran mucho el presupuesto pues tienen a su alcance grandes destinos más cercanos, mucho más económicos que el nuestro, donde encuentran un alto servicio.

Lo que se intenta ofrecer desde el Patronato de Turismo es una Costa del Sol llena de posibilidades y atractivos turísticos con una oferta hotelera única y con una localización estratégica con respecto a otras ciudades andaluzas. Lo que buscan es una buena oferta hotelera, buena gastronomía (saben que en Andalucía pueden comer buen pescado, mariscos y arroz, alimentos esenciales para ellos), golf, spa, compras y salidas nocturnas, dejando en último lugar nuestra historia y folclore.

Singapur y el conjunto del Sudeste Asiático (Kuala Lumpur y Tailandia) no son unos mercados de primer orden para la Costa del Sol aunque sí es cierto que son grandes mercados en los que hay que trabajar pues ya han sido varias las agencias y empresas que han efectuado peticiones a nuestras oficinas. De materializarse los grupos (insistimos en que ya han visitado varios la Costa del Sol) éstos dejan mucho dinero y, en algunos casos, suelen superar el presupuesto de cualquier mercado establecido ya en nuestro destino.

2. Formato

Almuerzos de trabajo con presentaciones en PowerPoint y vídeo de la Costa del Sol dirigidos a casas de incentivo y TT. OO. con departamentos especializados en viajes de reuniones e incentivos, empresas multinacionales y medios de comunicación de este pequeño pero poderoso país.

3. Desarrollo

Ambos almuerzos resultaron un éxito ya que se contó con el 90% de los profesionales que en un principio habían confirmado asistencia. Asimismo contamos con la presencia de representantes de las dos líneas aéreas que vuelan a España, Singapore Airlines y Qatar, quienes encontraron el acto muy interesante y comentaron que ofrecerían esta información a sus clientes.

4. Conclusiones

Se observa que España empieza a estar presente en boca de multinacionales como destino de reuniones e incentivos. En 2005 hubo nueve grupos confirmados entre Madrid y Barcelona procedentes de Singapur y Kuala Lumpur, los dos grandes centros de negocio de Asia, pero la demanda va más allá de estas dos ciudades y el comprador busca extensiones a otros puntos del país. En 2006 nos visitaron otros grandes grupos, incluyendo el de HP con 200 habitaciones en el hotel Puente Romano. También tuvimos en Marbella a la agencia Travelgolf con un grupo de 70 golfistas y uno de 50 personas de Chan Brothers en el que la mayoría de asistentes eran líderes de opinión. Para 2007 se esperan cotizaciones de la empresa Assurance Life así como de otras empresas.

El problema más grande que tenemos es que no existe una política de promoción por parte de España y de sus comunidades autónomas en este país. De haberla, seguramente la afluencia de singapureños y otros países del sudeste asiático a España sería extremadamente alta y se colocaría en los primeros puestos de países de Europa que eligen para sus viajes de negocios y vacaciones. Cataluña, y en concreto Barcelona, son los que más promocionan en estos países y gracias a ello han conseguido el vuelo de Singapore Airlines.

Presentación Página Web 19 febrero 2007. Nerja

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol, dentro de su proyecto de presentación de la página web www.visitacostadelsol.com a los distintos municipios de la provincia, acudió el pasado día 19 de febrero al municipio de Nerja con el objetivo de dar a conocer los contenidos de la misma y que puede ser utilizada como instrumento de trabajo.

2. Formato

A la presentación, que se llevó a cabo en un despacho del Ayuntamiento de Nerja, acudieron trabajadores de la Oficina de Turismo, de la Delegación de Cultura y el responsable del Gabinete de Prensa. La sala se dotó de los medios técnicos necesarios para tal fin como ordenador portátil con conexión a Internet y proyector.

3. Desarrollo

La presentación se dividió en tres partes: presentación del área turística, presentación del área profesional y preguntas.

En el área turística se hizo especial hincapié en el Contact Center, desarrollo de las guías turísticas, del canal de pueblos y de la agenda cultural.

En el área profesional se hizo un repaso por todas las secciones resaltando aquellas que consideramos pueden ser de más utilidad: recursos turísticos, descarga de imágenes, estudios, estadísticas, turímetro, press clipping, entre otras.

Tanto en el área turística como en la profesional se hizo hincapié en todos los apartados en los que aparecía alguna referencia a Nerja: canal de pueblos, agenda, press clipping, descarga de imágenes.....

4. Conclusiones

La presentación de la página web en el Ayuntamiento de Nerja se puede valorar muy positivamente por los canales de colaboración que se han iniciado.

Alabaron la puesta en funcionamiento del Contact Center y se interesaron por las bases de datos de fotografías y la forma de conseguir la clave para la descarga de las mismas.



Los miembros de la Oficina de Turismo nos comunicaron que mirarían detenidamente la web para ver cómo pueden colaborar con nosotros, además de alabar la puesta en marcha del Contact Center.

Por su parte, los miembros de la Delegación de Cultura y el responsable del Gabinete de Prensa se comprometieron en enviarnos información tanto para “El Tragaluz” como para la agenda.

Málaga en Flamenco 22 – 28 febrero 2007. Nueva York y Londres

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol celebró un encuentro con los medios de comunicación más importantes de la capital británica, en el marco de la promoción que la Diputación Provincial de Málaga llevó a cabo en Nueva York y Londres con el objetivo primordial de promocionar el espectáculo “Málaga en Flamenco”.

Entre los medios que se dieron cita en el almuerzo-presentación organizado por el Patronato de Turismo figuraron algunos tan importantes como “Telegraph”, “Financial Times”, “Spain Magazine”, “The Guardian”, “The Independent” y un representante de la publicación de la Asociación de Agentes de Viajes Británicos, ABTA.

Además, estuvieron presentes en este almuerzo representantes de la Oficina Española de Turismo de Londres, en una delegación encabezada por su director.

Como parte fundamental de este viaje promocional de la “Málaga en Flamenco”, José Luis Ortiz Nuevo, director del espectáculo, fue el encargado de presentar los detalles del mismo a la prensa asistente que, posteriormente, tuvieron ocasión de presenciar su puesta en escena tanto en Nueva York como en Londres.

El espectáculo reunió a un total de 25 artistas malagueños para rendir homenaje a las músicas flamencas naturales de Málaga y a las figuras de Ramón Montoya e Isaac Albéniz, entre otros personajes de la historia flamenca y cultural de esta provincia. Dentro del grupo flamenco que actuó en ambas ciudades, destacó la panda de Verdiales de Santo Pitar que dio mucho colorido y originalidad al espectáculo.

El Patronato de Turismo ha valorado positivamente esta promoción pues el flamenco es, sin duda, uno de los grandes elementos naturales que tanta fama otorgan a nuestra provincia y el propio presentador del espectáculo hacía, en este sentido, continua mención a los atractivos de nuestro destino a lo largo de todo el programa.

Tanto en Nueva York como en Londres el espectáculo tuvo lugar en teatros muy conocidos y el público manifestó sentirse entusiasmado con el mismo.

Costa del Sol Masters Madrid 10 marzo – 25 noviembre. Madrid y Costa del Sol

Circuito de golf organizado por el Patronato de Turismo de la Costa del Sol cuyas eliminatorias se disputaron a lo largo del año en distintos campos de la capital del país y cuya final tuvo lugar en la Costa del Sol, concretamente en La Cala Resort.

El objetivo de este torneo no fue otro que el de dar a conocer al mercado madrileño de golf y a los medios de comunicación las enormes posibilidades que se abren para la práctica del golf en la Costa del Sol con la inauguración del corredor Madrid-Málaga, atendido por trenes AVE, que desde diciembre de 2007 ha puesto a la capital de España a poco más de dos horas de Málaga.

Además con este masters, que nace con vocación de continuidad, se pretende dar los primeros pasos para que el producto golf cale hasta el punto de que operadores de este segmento comiencen a reservar vagones enteros para los aficionados al golf.

En Madrid existe una sobre demanda y es que el ratio actual es de 2.790 jugadores por campo. Existen un total de 83.145 licencias, lo que supone el 27% del total nacional y un incremento con respecto al año anterior de un 8,5%. De ahí que la Costa del Sol, primer destino europeo para la práctica de este deporte con 56 campos, pueda paliar este problema una vez que ambos destinos están más cerca.

La acción tuvo lugar en los campos del RACE, La Moraleja y El Olivar de la Hinojosa, a lo largo de los meses de marzo a octubre en las siguientes fechas:

- 10 de marzo: RACE
- 11 de marzo: La Moraleja
- 25 de marzo: El Olivar de la Hinojosa
- 14 abril: El Olivar de la Hinojosa
- 28 de abril: La Moraleja
- 12 de mayo: RACE
- 23 de junio: Olivar de la Hinojosa
- 15 de septiembre: La Moraleja
- 30 de septiembre: RACE
- 7 de octubre: La Moraleja
- 27 de octubre: RACE
- 28 de Octubre: El Olivar de la Hinojosa



- Noviembre: Final en la Costa del Sol, La Cala Resort

Cada competición tuvo como resultado dos parejas ganadoras, una de 1ª categoría y otra de 2ª categoría. La 1ª categoría incluyó aquellas parejas cuya suma de handicap exacto no fuera superior a 30,4, el resto de participantes jugó en la 2ª categoría.

Cada club pudo establecer el handicap máximo que consideró oportuno o habitual para los jugadores.

Las competiciones se jugaron en la modalidad de dobles en cuatro versiones: dos bolas mejor bola, greensome y copa Canadá, quedando a la elección de cada campo utilizar todas ellas.

Las parejas ganadoras representaron al club en el que se clasificaron y disputaron en un interclub la "Copa Costa del Sol Masters Madrid".

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol invitó a los traslados y alojamiento a las parejas ganadoras, clasificadas de cada categoría, a disputar la final del circuito en el mes de noviembre en la Costa del Sol en La Cala Resort.

La pareja en segunda posición de cada categoría recibió un trofeo del Patronato de Turismo así como un obsequio relacionado con la posibilidad de disfrutar de las instalaciones turísticas de la Costa del Sol.

Asimismo, durante el cocktail de entrega de premios de cada prueba, el Patronato sorteó otros dos regalos similares a los que merecieran los segundos clasificados así como obsequios promocionales.

Los jugadores debían tener una edad mínima para participar de 24 años, según las bases del torneo.

El Campo América de La Cala Resort de Mijas acogió la final del Costa del Sol Masters Madrid de Golf que constituyó un notable éxito, cuyo trofeo recayó en el equipo representante del club de golf La Moraleja. El premio fue recogido por la capitana del equipo de manos del presidente del Patronato de Turismo de la Costa del Sol.

Paralelamente a la competición oficial se desarrolló un torneo para invitados entre los que se encontraban colaboradores que durante todo el año apoyaron este circuito así como prensa especializada en este segmento y famosos aficionados al deporte.

El Patronato de Turismo organizó un completo programa durante el fin de semana para la delegación madrileña, compuesta por más de 120 personas entre clasificados, acompañantes, invitados de prensa y colaboradores.

El programa se inició en la tarde del viernes con la concentración de todos los participantes en la estación madrileña de Atocha, quienes se trasladaron a Málaga en tren. Una vez en la estación María Zambrano fueron recibidos por personal del Patronato y se realizó una sesión fotográfica.

Seguidamente se trasladaron al hotel donde se les hizo una presentación y se les entregó material promocional del destino para a continuación ofrecerles una cena de



bienvenida y como broche final la actuación del cuarteto “Maravillas” que hizo las delicias de todos los presentes.

En la mañana del sábado se disputó la final del torneo, un interclub entre los diferentes campos participantes en la modalidad de “stableford mejor bola”. Al término del mismo, los invitados pudieron disfrutar de un tapeo a base de productos típicos malagueños.

Como colofón a esta amena jornada tuvo lugar, en la noche del sábado, la ceremonia de entrega de premios que contó con la presencia del alcalde de Mijas, Antonio Sánchez; la vicepresidenta del Comité Olímpico Español, Teresa Zabell y el exjugador internacional de fútbol Juan Carlos Arteche.

Como maestro de ceremonias actuó el showman “Sinacio”, que dejó buena constancia de su profesionalidad e hizo reír a los asistentes en el transcurso de una cena de gala que a buen seguro será recordada mucho tiempo y que contó con 170 invitados.

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol, contó con la colaboración de RENFE-AVE, la Federación Andaluza de Golf y diferentes campos de golf y hoteles y llevó a cabo a lo largo de 2007 una serie de torneos en los que participaron más de 2.500 jugares, de entre los cuales se clasificaron para la gran final 16 por cada campo (RACE, La Moraleja y El Olivar de la Hinojosa), que posteriormente se disputaron la gran final en las instalaciones del Campo América de la Costa del Sol. .

En Madrid existen en la actualidad 90.009 jugadores federados y uno de los objetivos de este torneo es convertir a la Costa del Sol en una prolongación de los campos existentes en la capital de España ya que, gracias al AVE, el viaje por el corredor ferroviario se reduce a dos horas y media.

Presentación Página Web 21 marzo 2007. Benalmádena

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo se desplazó a la Oficina Municipal de Turismo de Benalmádena, dentro de su proyecto de presentación de la página web www.visitacostadelsol.com a los distintos municipios de la provincia, con el objetivo de dar a conocer los contenidos de la misma y que puede ser utilizada como instrumento de trabajo.

2. Formato

La presentación se llevó a cabo en un despacho de la Oficina Municipal de Turismo de Benalmádena y contó con la asistencia de cuatro trabajadores de la misma así como el responsable de Turismo de dicho municipio. La sala se dotó con los medios técnicos necesarios para tal fin como ordenador portátil con conexión 3G a Internet.

3. Desarrollo

La presentación se dividió en dos apartados: presentación del área turística y presentación del área profesional.

En el área turística se hizo especial hincapié en el Contact Center, desarrollo de las guías turísticas, canal de pueblos y agenda cultural.

En el área profesional se realizó por repaso por todas sus secciones, resaltando aquellas que consideramos pueden ser de más utilidad: recursos turísticos, descarga de imágenes, estudios, estadísticas, turímetro, press clipping, entre otros.

Tanto en el área turística como en la profesional se incidió en todos los apartados en los que aparece alguna referencia a Benalmádena: canal de pueblos, agenda, press clipping, descarga de imágenes, etc., etc.

4. Conclusiones

Valoramos como muy positiva la presentación de la página web en la Oficina de Turismo de Benalmádena ya que aunque dos de los asistentes ya tenían conocimientos previos, algo escasos, de la misma mostrando especial interés por el área profesional y sus diferentes secciones tales como estudios, turímetro, informes, descarga de imágenes, etc.



Además, consideran que sería importante la posibilidad de crear un enlace directo a la web site de Benalmádena dentro de la sección de pueblos dedicada a este municipio. También comentaron la posibilidad de crear un enlace directo a su URL desde nuestra sección de enlaces. Asimismo, preguntaron si se podrían insertar sus dos vídeos promocionales en nuestra sección destinada a tal fin (videoteca).

Los empleados de la Oficina de Turismo quedaron en que mirarían atentamente la web para ver como pueden colaborar con el Patronato. Nos comentaron que desde la oficina no nos pueden hacer llegar las actividades mensuales que tiene lugar en el municipio puesto que es algo que corresponde a la delegación de Cultura y de Prensa. No obstante, se comprometieron a realizar las gestiones pertinentes para que desde estas delegaciones nos enviaran dicha información tanto para “El Tragaluz” como para la agenda de actividades.

Para finalizar, decir que cuando les informamos de nueva y próxima versión de www.visitacostadelsol.com, nos comentaron si sería posible volver a realizar la presentación de la misma. Les explicamos que, en principio, será de fácil uso y con los mismos contenidos, aunque mejorados, y con un nuevo Look and Feel. En caso de que tuviesen algún problema, estaremos a su entera disposición para lo que puedan necesitar.

Cominteractiva – IX Congreso Internacional de
Comunicación Interactiva
22 – 23 marzo 2007. Málaga

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol participó en el IX Congreso Internacional de Comunicación Interactiva (Cominteractiva) que tuvo lugar en el Palacio de Ferias y Exposiciones de Málaga.

Este congreso estuvo dirigido por Juan Salvador Victoria Más y por Alfonso Méndiz Noguero, profesores de la Universidad de Málaga. Entre los organizadores se encontraban Proxime.com, RM Comunicación, Asociación UNESCO para la Ética en la Comunicación y SPCI (Seminario Permanente de Comunicación Interactiva).

Como patrocinadores participaron Unicaja, Ayuntamiento de Málaga y Sevillana Endesa, entre otros, y como colaboradores IDEA y Artestudio, por mencionar alguno de ellos.

2. Formato

La idea de este congreso es la creación de una cita para los profesionales del sector de la comunicación, así como un foro de experimentación de donde salgan ideas nuevas y creativas aplicables a la realidad.

3. Desarrollo

La conferencia inaugural corrió a cargo de Juan Antonio García Galindo, decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación; Víctor Manuel González García, director del Área de Empleo, Comercio, Industria, Vía Pública y Consumo; Miguel Aguilera, director general de Comunicación de la UMA; Ángel Fernández Noriega, de Unicaja; así como por el equipo organizador entre los que se encontraban Alfonso Méndiz y Juan Salvador Victoria Más.

La primera ponencia corrió a cargo de Jordi Urbea, director general de OgilvyOne e Interactive (Barcelona), titulando su exposición “Adiós spot. Hola Interactividad”, donde en primer lugar critica la posición conservadora de los directores de marketing al no querer arriesgarse y tomar iniciativas a la hora de hacer comunicación por miedo a perder sus puestos o por la comodidad que da el hecho de seguir haciendo lo tradicional, que es lo más fácil. Para él, el futuro de la comunicación está en innovar y darle al consumidor individual lo que quiere y necesita. Asimismo, transmite su visión sobre la revolución de la televisión digital o del teléfono móvil y la dependencia que estos pueden crear en los usuarios.

La segunda ponencia titulada “Messenger, Robots personales y demás historias interactivas” fue llevada a cabo por Fernando Carrión, Pre-sales Media Strategist Microsoft Digital Advertising Solutions de Madrid. En su exposición nos proporciona datos como que el 59% de los usuarios utiliza un servicio de mensajería instantánea, del que el 97% usa Windows Live Messenger (el más utilizado en el mundo). Comenta asimismo la importancia que los blogs han tenido en España, y la novedad que ofrece el Messenger BOTS (Robot de Messenger). El objetivo principal es interactuar con los usuarios de modo que va ofreciendo diferentes posibilidades a los internautas sin presionarles en cuanto a la comunicación, sino haciendo preguntas y esperando respuestas. El futuro de la publicidad consiste en conseguir la implicación del consumidor.

La tercera ponencia del día corrió a cargo de Lorenzo Cotino, coordinador de la Red www.derechotics.com, con una exposición sobre la “Propaganda y Guerra de los vídeos en la Red: implicaciones jurídicas y éticas”, donde muestra que los políticos, cada vez más, hacen uso de Internet o de la televisión para estar más cerca de los ciudadanos. Para ello, es importante que se mantenga una web actualizada y un flujo de emails constante.

A las 16.15 horas tuvo lugar una Mesa Redonda titulada “Jóvenes ‘pero-más-que-promesas’ de la comunicación digital”, en la que participaron Pablo Izquierdo de Sony Entertainment (Madrid), Azahara Vera del Grupo Vocento (Madrid) y Escarlata González del Grupo Vértice (Málaga), los cuales compartieron su experiencia académica y laboral con el resto de los asistentes.

En la última ponencia del día titulada “Retos y Oportunidades en un mundo crecientemente digital. Nuevos medios. Nuevos contenidos. Nuevos modelos de relación”, expuesta por Enrique Benayas, director general ICEMD – Instituto de Marketing Directo & Comercio Electrónico (Madrid), se resaltó la importancia de construir estrategias para hacer una oferta irresistible para los clientes utilizando todas las técnicas del marketing directo, poniendo el ejemplo de Apple que envía e-mails personalizados para despertar la atención e interés intentando interactuar con el receptor del mensaje formulándole preguntas.

En el segundo día y último del congreso, el día 23 de marzo, la primera ponencia corrió a cargo de Ramón Sastrón (Marketing Manager New Releases NBC Universal), titulada “Tú, yo y ahora... Internet. La estrategia Online aplicada al cine”. El Sr. Sastrón aconseja que hay que saber expresar las cualidades fundamentales del medio Internet, sacándole el máximo partido, como son la interactividad, flexibilidad, inmediatez, globalidad y multidireccionalidad basado en las redes. Para ver su eficacia de la mejor manera, lo compara con las características principales de los medios convencionales (pasivo, rígido, estático,...).

Bajo el contexto de “Second Life”, Paul Fleming, presidente de Barcelona Virtual (Barcelona) realizó la última ponencia del congreso. Según su experiencia, el papel de las marcas en este contexto es el de estar atentos y motivados a participar. Los negocios online ya no son meras webs ni portales de compras, sino que son el nuevo paradigma multimedia para la comunicación, comunidad y creación. Por último, el Sr. Fleming nos mostró su propio mundo en Second Life.



Paralelamente a las ponencias, se desarrollaron distintos seminarios dirigidos por Artstudio (José Miguel Aragonés, director Art Studio Multimedia y su exposición sobre “Tecnologías Interactivas”), Proxime (Crisitian Merlo, director IT y Desarrollo y su exposición “La Televisión Digital”), Unicaja (Manuel Cortés, director de Desarrollo Comercial de Unicaja con su exposición “Marketing relacional y plataformas on-line en el sector de la banca”) y Proasoft (José Luis Guijo, consejero Proasoft “Cómo gestionar el conocimiento para ser proactivos y eficaces”).

4. Conclusiones

Las Jornadas estuvieron bien organizadas, siendo de gran interés para los asistentes allí presentes, la gran mayoría de ellos estudiantes de la Universidad de Málaga.

Aunque los ponentes fueron gran prestigio, las jornadas estaban claramente dirigidas a los alumnos de la Universidad, con lo cual para los profesionales del sector, el nivel de las mismas no fue alto.

Desde el punto de vista del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, esta IX edición no ha sido un acto de relevante interés. Habrá que sopesar para la próxima edición, dependiendo de los ponentes, si de nuevo volvemos a asistir.

Visita Puerta a Puerta 26 – 29 marzo. Madrid

1. Acción - objetivo

Dando cumplimiento al Plan de Acción 2007, un técnico del Patronato de Turismo de la Costa del Sol se desplazó a Madrid durante los días 26 y 29 de marzo llevando a cabo 15 visitas puerta a puerta a agencias organizadoras de eventos, empresas de comunicación, fabricantes de baño, así como empresas del sector de las nuevas tecnologías, generadoras de convenciones, reuniones e incentivos.

El objetivo principal fue el darnos a conocer en un nuevo sector como es el de las nuevas tecnologías con gran potencial para la organización de eventos corporativos y en el que apenas nos conocen, así como seguir manteniendo un contacto cercano con las agencias especializadas y empresas de comunicación, informándoles de los nuevos proyectos y novedades del destino y recordándoles que Málaga-Costa del Sol sigue ahí.

2. Formato

Al igual que en anteriores promociones puerta a puerta, se visitaron empresas de un sector al que nunca antes nos habíamos dirigido, generador de importante negocio al contar con grandes presupuestos. El fin es diversificarnos, darnos a conocer e ir haciéndonos un hueco en nuevos sectores.

3. Desarrollo

En el transcurso de esta acción se realizaron las siguientes visitas: Avermedia Technologies, BT Global Services, Grupo Arán de Comunicación, Investrónica, Jazz Telecom (Jazztel) y Mibs Metalibérica.

También se visitaron las empresas Across Spain, Atlanta Viajes, Dynamic & Partners, Grupo Pacífico, Grupo Siemens, MT Global, MTZ destination, Olé Special Events y Viajes El Corte Inglés.

4. Conclusiones

Se ha llevado a cabo una intensa labor de investigación dentro de un sector muy hermético en el que es difícil introducirse y darse a conocer. El balance ha sido muy positivo por la calidad de las empresas de nuevas tecnologías visitadas y el interés que han demostrado por el destino y sus últimas novedades. Los nuevos proyectos de ampliación del aeropuerto, ampliación del puerto, Museo Thyssen-Bornemisza,



nuevos hoteles, AVE Madrid-Málaga, etc. son un gran atractivo para el mercado nacional y es indispensable visitar periódicamente ciudades como Madrid y Barcelona para seguir recordándoles la importancia y continua mejora de Málaga-Costa del Sol.



Inauguración Apartamentos Ardales 27 marzo 2007. Ardales

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol acudió en la jornada del 27 de marzo a la inauguración de los Apartamentos Ardales, sitos en el municipio del mismo nombre.

La invitación que recibió este Patronato de Turismo se hizo extensiva a las asociaciones y agencias de viajes asociadas a dicho ente promocional.

Al acto inaugural, que fue presidido por el presidente de la Excma. Diputación Provincial de Málaga y alcalde de la villa, Salvador Pendón, asistieron el director general de Desarrollo Rural de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, José Román Montes; el presidente del Grupo de Acción Local Guadalteba, José Lancha Aranda; así como los alcaldes de los municipios de Álora, Teba, Almargen y Cañete la Real y dos técnicos del Patronato de Turismo, entre otros.

El acto consistió en una visita a las instalaciones compuestas por 17 apartamentos de distinta capacidad, una piscina, un jacuzzi, un solarium y un amplio aparcamiento. Tras dicha visita, las distintas autoridades dirigieron unas palabras de agradecimiento a la familia Campano, promotores de dicho complejo.

Al finalizar el acto de presentación se ofreció un magnífico cocktail en el patio central del complejo.



Bus del Sol 17 abril – 1 julio 2007. España

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol puso en marcha, por segundo año consecutivo, una nueva edición del Bus del Sol que durante 11 semanas recorrió un total de 15 ciudades de España, con la intención de seguir potenciando el turismo nacional, principal mercado para nuestro destino.

Estas ciudades fueron: Ciudad Real, Valencia, Madrid, Getafe, Valladolid, Zaragoza, Vitoria, Bilbao, San Sebastián, Pamplona, Zamora, León, Oviedo, Gijón y Córdoba.

En cada una de las ciudades, de lunes a jueves, los distintos elementos publicitarios de la Costa del Sol recorrieron la localidad en el autobús, para tratar de captar la atención y anunciar la presencia durante el fin de semana, en el cual se instalaron los diversos elementos promocionales en plazas céntricas o centros comerciales para dar a conocer a los visitantes la oferta de la Costa del Sol. Así, la edición de 2007 del Bus del Sol vio cumplida las expectativas creadas, ya que se estima que más de 1.500.000 personas en toda España pudieron presenciar dichos elementos publicitarios.

La demanda de material publicitario y promocional fue incesante desde que el Bus del Sol iniciase su andadura en el mes de abril en Ciudad Real. Este hecho es un indicador muy importante a la hora de medir la eficacia de la campaña, como lo demuestran las 100.000 personas que pasaron por la carpa y que recibieron información de la Costa del Sol de primera mano.

La presencia del Bus del Sol estuvo acompañada de una campaña publicitaria previa que anunciaba su llegada. También se contemplaron diversas actividades de animación y concursos.

El Bus del Sol es la acción promocional estrella a nivel nacional del Patronato de Turismo de la Costa del Sol. Hay que recordar que precisamente es el turismo nacional el primero en importancia para nuestro destino. Por esta razón, se ha desplegado información completa de todos los productos segmentados para llegar directamente al cliente final.

En este sentido, de la mano del Patronato estuvieron presentes los municipios de la provincia, así como los socios y empresas turísticas de la Costa del Sol. Todos en conjunto tratan de llegar y satisfacer las expectativas del tradicional turismo familiar, principal sustento de clientes de la Costa del Sol.

Además, hay que destacar que, de forma paralela al Bus del Sol, el Patronato de Turismo estuvo presente en la promoción "Andalucía en Movimiento", organizada por Turismo Andaluz. En este caso, se trata de un trailer con representación de todos los Patronatos andaluces el que paseó por la geografía peninsular. La acción estaba



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

encaminada en el mismo sentido que el Bus del Sol, lo que supuso un gran refuerzo en cuanto a impacto.

En los últimos años, la cuota de mercado de turismo nacional ha sido muy importante para la Costa del Sol. No obstante, se puede aspirar a aumentarla. Por ello, la desestacionalización de la demanda está siendo uno de los principales retos del Patronato de Turismo para este tipo de público, muy localizado en los meses estivales. Por esta razón, se está haciendo especial hincapié en toda la oferta de ocio y en productos de fuera de temporada, que complementen la oferta actual.

Las posibilidades que ofrecen algunos productos, como las escapadas de fines de semana o el turismo cultural urbano en torno a la Málaga de Picasso, son óptimas en este sentido. Se trata de vender la idea de que en la provincia de Málaga en su conjunto se puede disfrutar de actividades de ocio, con un buen clima, durante todo el año.



Rally “Dunlop Drivers Cup” 23 abril 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo colaboró con el Rally Turístico “Dunlop Drivers Cup” tras la petición realizada por los responsables de la plaza de toros de Málaga.

El evento, que llegó a Málaga el día 23 de abril, reunió a casi 80 personas entre participantes, organización y periodistas especializados. Hicieron entrada a bordo de 35 vehículos en la plaza de toros de La Malagueta, aproximadamente a las 17.00 horas, permaneciendo en el recinto hasta las 20.00 horas. Allí disfrutaron de la entrega de trofeos, así como de varias actividades alternativas, hasta que marcharon a cenar al Galeón que hay en el puerto de Málaga.

Es la primera vez que este rally pisa suelo peninsular, después de haber recorrido la mayor parte de Europa e incluso otros continentes, siendo precisamente el coso malagueño el escenario de la finalización de esta edición.

El espectáculo del mundo del motor, con entrada gratuita, llegó de nuevo a Málaga siendo una ocasión histórica para contemplar como son los automóviles de un rally con bastante leyenda.

El Patronato de Turismo publicó una nota de prensa en los días previos, informando a la prensa local sobre las particularidades del rally. Además, repartió información y material sobre el destino a la prensa especializada que acudió a cubrir la carrera, más de 25 medios, procedentes de Alemania, Austria, Holanda y EE. UU., perteneciendo tanto a radio y prensa como a televisión.



Feria Proveedores TUI-España 23 abril 2007. Fuengirola

TUI-España nos invitó a participar por cuarto año consecutivo en la “Feria de Proveedores TUI-España” que tuvo lugar el 23 de abril, concretamente en uno de los salones del hotel Beatriz Palace & Spa de Fuengirola.

El principal objetivo de este evento es reunir a los proveedores de TUI España, principalmente de la Costa del Sol, aunque también acuden de Gibraltar y Marruecos, que ofrecen actividades y servicios de la oferta complementaria.

Nuestra participación en dicho evento consistió en el montaje de una mesa de trabajo desde la cual se distribuyó información y se repartió material promocional a un total de 52 personas que se acercaron a nuestro espacio expositivo con preguntas concretas sobre lugares para visitar.

Estas jornadas estuvieron amenizadas con música de fondo y actuaciones diversas en un horario que se prolongó entre las 15.00 y las 19.00 horas.

El Patronato de Turismo valora positivamente nuestra participación en esta acción ya que la misma nos permitió dar información a todo aquel que la solicitaba.

Presentación Nueva Versión Web OET La Haya 26 abril 2007. La Haya

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol, dando cumplimiento a su Plan de Acción 2007, llevó a cabo una presentación de la nueva versión de www.visitacostadelsol.com a los empleados de la Oficina Española de Turismo de La Haya, con el objetivo de dar a conocer los contenidos de la misma y cómo puede ser empleada como una útil herramienta de trabajo.

2. Formato

La presentación se llevó a cabo en un despacho de la OET donde, en total, estuvieron presentes seis personas, entre ellas el director de la OET. La sala se dotó de los medios técnicos necesarios para tal fin como ordenador portátil con conexión 3G e Internet.

3. Desarrollo

La presentación se dividió en tres apartados: presentación del área turística, presentación del área profesional y un breve espacio de tiempo dedicado a dudas y preguntas.

En el área turística se hizo especial hincapié en el nuevo buscador implementado en la home de www.visitacostadelsol.com, que realiza búsquedas inmediatas tanto en el área turística como en el área profesional del Site y en todos los formatos disponibles (html, pdf...). Asimismo, se informó del reciente servicio disponible a los usuarios, Contact Center, donde se ofrece información gratuita en cuatro idiomas vía Skype, teléfono, fax, e-mail, etc., durante cinco días a la semana en horario ininterrumpido de 09.00 a 18.00 horas.

Se informó también del desarrollo de las guías turísticas y actualización de las mismas, del canal de pueblos, del nuevo boletín digital, agenda de actividades y secciones dedicadas a miembros del Patronato de Turismo, área dedicada al Convention Bureau, mapa e información general del destino.

Dentro del área profesional se hizo un repaso por todas las secciones, resaltando aquellas que consideramos pueden ser de mayor utilidad: recursos turísticos, descarga de imágenes, estudios, estadísticas, turímetro, press clipping, entre otros.

4. Conclusiones

El Patronato de Turismo valora muy positivamente la presentación del nuevo portal turístico de la Costa del Sol a la OET de La Haya. Aparte del interés mostrado por los allí presentes, la gran mayoría de ellos conocían el Site y en más de una ocasión lo han utilizado en busca de información del destino.

Mostraron especial interés por la sección de las guías turísticas donde consideran que quizás sería interesante la creación de una guía turística enfocada a rutas y excursiones en bicicleta que se puedan realizar a lo largo del año.

Asimismo, consideran importante la posibilidad de crear un apartado dentro del área turística donde se recoja una sección dedicada al turismo de 3ª edad o jubilados que pasan largas temporadas, de dos a tres meses, en la Costa del Sol, no llegando a ser residentes y que suelen desplazarse en temporada baja, es decir, los meses de enero, febrero o marzo. Suelen necesitar información relativa a complejos turísticos de larga estancia, médicos, ocio, etc.

Otro punto a destacar transmitido por el personal de la OET es la posibilidad de traducir nuestro Site al holandés.

También consideran de especial interés la creación de una sección donde aparezcan horarios de trenes, autobuses, es decir, de medios de transportes públicos en general para los desplazamientos por el interior de la provincia y la Costa del Sol.

Por último, comentar el ofrecimiento por parte de la OET de La Haya de colaborar conjuntamente en publicitar la Costa del Sol con una inserción en un magazine. Sería importante que el Departamento de Comunicación y Protocolo se pusiera en contacto con ellos ya que, según nos han transmitido desde esta Oficina, el año pasado se realizó esta acción con turismo de Canarias y quedaron muy satisfechos por ambas partes sobre todo teniendo en cuenta que Canarias es un destino relevante para el turismo emisor holandés.

Presentación Nueva Versión Web OET Bruselas 27 abril 2007. Bruselas

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol, dando cumplimiento a su Plan de Acción 2007, llevó a cabo una presentación de la nueva versión de www.visitacostadelsol.com a los empleados de la Oficina Española de Turismo de Bruselas, con el objetivo de dar a conocer los contenidos de la misma y cómo puede ser empleada como una útil herramienta de trabajo.

2. Formato

La presentación se llevó a cabo en la sala de juntas de la OET de Bruselas donde, en total, estuvieron presentes siete personas, entre ellas la directora de dicha OET. La sala se dotó con los medios técnicos necesarios para tal fin como ordenador portátil con conexión 3G a Internet.

3. Desarrollo

La presentación se dividió en tres apartados: presentación del área turística, presentación del área profesional y un breve espacio de tiempo dedicado a dudas y preguntas.

En el área turística se hizo especial hincapié en el nuevo buscador implementado en la home de www.visitacostadelsol.com, que realiza búsquedas inmediatas tanto en el área turística como en el área profesional de Site y en todos los formatos disponibles (html, pdf...). Asimismo, se informó del reciente servicio disponible a los usuarios, Contact Center, donde se ofrece información gratuita en cuatro idiomas vía Skype, teléfono, fax, e-mail, etc., durante cinco días a la semana en horario ininterrumpido de 09.00 a 18.00 horas.

Se informó también del desarrollo de las guías turísticas y actualización de las mismas, del canal de pueblos, del nuevo boletín digital, agenda de actividades y secciones dedicadas a miembros del Patronato de Turismo, área dedicada al Convention Bureau, mapa e información general del destino.

Dentro del área profesional se hizo un repaso por todas las secciones, resaltando aquellas que consideramos pueden ser de mayor utilidad: recursos turísticos, descarga de imágenes, estudios, estadísticas, turímetro, press clipping, entre otros.

4. Conclusiones

El Patronato de Turismo valora muy positivamente la presentación del nuevo portal turístico de la Costa del Sol a la OET de Bruselas, al igual que la realizada el día anterior en la OET de La Haya. Aparte del interés mostrado por los allí presentes, la gran mayoría de ellos ya conocían el Site y en más de una ocasión lo han utilizado en busca de información del destino.

Mostraron especial interés por la sección de las guías turísticas y la descarga de las mismas, asociados y la información concerniente a ellos tales como datos de la empresa y link a sus pertinentes Sites, sección de pueblos, informes y estadísticas.

Otro punto a destacar transmitido por el persona de la OET es la posibilidad de traducción de nuestro Site al holandés puesto que en Bélgica se habla flamenco, idiomas similar al holandés.

Por último consideran de especial interés la creación de una sección donde aparezcan horarios de trenes, autobuses, es decir, de medios de transportes públicos en general para los desplazamientos por el interior de la provincia y por la costa.

Tanto la OET de La Haya como la de Bruselas agradecieron enormemente el esfuerzo por parte del Patronato de Turismo de la Costa del Sol para realizar las presentaciones de la nueva versión de www.visitacostadelsol.com, para hacerles más fácil el manejo y comprensión de nuestro Site.

Reunión Captación Congreso VVR 2008 27 abril 2007. Brujas

El pasado 27 de abril un técnico del Patronato de Turismo de la Costa del Sol se desplazó a la ciudad de Brujas con el fin de mantener una reunión con Luc Demuynck y Johan De Meester, presidente y secretario general respectivamente de la asociación de agentes de viajes flamencos, VVR (Vereniging Vlaamse Reisbureaus). El objetivo de esta reunión fue el presentar el destino Costa del Sol como sede para su próximo congreso que se celebrará en 2008.

En este sentido, el Patronato les ha transmitido que está realmente interesado en ofrecer el destino Costa del Sol como sede de su próximo congreso y se les ha expuesto las infinitas posibilidades que ofrece la provincia de Málaga para albergar con éxito un evento de estas características y proveerlo con todos los requisitos e infraestructuras necesarias, así como conseguir la plena satisfacción de los participantes, dotándoles no sólo de cómodas instalaciones para su estancia y reuniones, sino también de una amplia gama de posibilidades de ocio y de actividades y eventos que amenizarán las noches de los participantes.

El congreso de la Asociación de Agentes de Viajes Flamencos se celebra cada dos o tres años. De esta manera, el último data de 2005, el siguiente se celebrará en 2008 y después en el 2010.

En cuanto al número de participantes, hasta ahora sólo se convocaba a los socios senior, que en total sol entre 150 y 175 personas, pero se están planteando para el próximo congreso incluir a los directores de las agencias, a los que toman decisiones y a los responsables de las oficinas por lo que el número de participantes se puede duplicar.

Están muy interesados en que se les haga una propuesta con alojamiento en Málaga ciudad.



Presentación Destino Costa del Sol 30 abril – 3 mayo 2007. Buenos Aires

1. Acción - objetivo

Durante los días 30 de abril al 3 de mayo se realizó en Buenos Aires una presentación del destino Costa del Sol en su segmento MICE orientada a agencias de viajes y medios de comunicación especializados.

Este es un mercado nuevo para nosotros, minoritario, pero que sorprendentemente realiza eventos muy importantes en España. En los últimos dos años se han recibido en diferentes ciudades españolas operaciones de grandes multinacionales con oficinas en Buenos Aires (HSBC, Repsol, Telefónica, grandes laboratorios farmacéuticos, cosmética, etc.). Algunos socios del Patronato de Turismo tienen interés en este mercado que, a pesar de la crisis económica existente y del cambio desfavorable del peso al euro, no deja de generar negocio hacia nuestro destino. Debido a esta crisis (mano de obra barata, alto nivel de educación de profesionales y una infraestructura importante), Argentina está siendo invadida y comprada por multinacionales, empresas que generan muchos viajes de negocio al más alto nivel.

El Patronato de Turismo decidió incorporar esta acción a su Plan de Acción debido a las excelentes relaciones con la Oficina Española de Turismo de Buenos Aires y con su directora, quién en los últimos dos años ha traído a nuestro destino dos fam-trips de agencias y laboratorios. Esta acción es fruto de estos fam-trips así como de un trabajo organizado y de apoyo por parte de la OET hacia el Patronato de Turismo.

Argentina es un mercado muy interesante que nos ha llamado la atención por su altísimo nivel de profesionalidad, muy americanizados en sus métodos de trabajo así como en su especialización. Consideran a España la “madre patria” y es por esto que es uno de los primeros lugares que quieren visitar cuando viajan a Europa. En estos momentos Barcelona está de moda por lo que se consolida como primer destino aunque Madrid y Andalucía le siguen de cerca. Les encanta Sevilla y conocen la Costa del Sol. Les gusta la combinación con la playa. Desconocían mucho sobre nuestra oferta por lo que quedaron muy impresionados con las posibilidades y variedad del destino.

El cambio de peso al euro es desfavorable pero las empresas multinacionales trabajan y negocian en dólares que está similar al euro. Aún así existen distintos tipos de grupos y presupuestos. Si hablamos de congresos, el 99% va a Barcelona mientras que si hablamos de incentivos y pequeñas convenciones se decantan más por Andalucía.

Barcelona ha sido el único destino que ha realizado una promoción en Buenos Aires de ahí que los agentes de viajes tengan más seguridad en incluir a la Ciudad Condal a la hora de vender sus programa. Se mostraron muy agradecidos por nuestra visita y nos recibieron con gran interés pues están deseosos de saber más sobre nuestro destino, infraestructuras y novedades.

2. Formato

El formato de la promoción se dividió en cuatro apartados:

- Visitas puerta a puerta a agencias de viajes.
- Desayuno-presentación de destino con agencias de viajes.
- Almuerzo con prensa especializada.
- Visita a la OET de Buenos Aires.

3. Desarrollo

El desarrollo fue bueno ya que nos encontramos con profesionales con interés en España en general y con posibles peticiones.

Aún así, la Costa del Sol es un destino secundario aunque muy conocido, sobre todo Marbella. Las ciudades que más conocen de España son Madrid, Sevilla, Valencia y Barcelona. La mayoría de los compradores que visitaron los técnicos del Patronato quedaron sorprendidos con las posibilidades del destino y lo consideran exótico, algo que ya no se escuchaba sobre la Costa del Sol. Les gustó que el Patronato de Turismo los visitara ya que nadie había hecho esto antes a excepción de Turismo Andaluz y Turismo de Barcelona, pero ningún Patronato. Hay que decir que varias agencias nos mostraron sus programas modelos y la Costa del Sol aparece muy bien representada.

4. Conclusiones

La realidad es que existe una demanda y eso se ha podido constatar a lo largo de la promoción en cada una de las citas, una demanda a la que tenemos que dirigirnos y llevar el nombre de Málaga-Costa del Sol dentro del marco de Andalucía y todas sus posibilidades. Por España han pasado grandes grupos, muy importantes en cuanto al número de personas y presupuesto. La Costa del Sol está preparada para recibirlos y los agentes de viajes nos comentaron que Marbella debe ser vendida como destino prioritario en España por su magnífica oferta.

El siguiente paso será intentar conseguir un nuevo fam-trip para el 2008 con las mejores agencias que hemos visitado.

Hay que decir que el euro está terriblemente fuerte para todos estos países y por ello no vienen tantos grupos como quisiéramos aunque las intenciones están ahí pues miran a Europa como el continente deseado. No ya que olvidar que las grandes multinacionales no tienen problemas de presupuesto y la mayoría de los viajes que se realizan son a Europa. Las conexiones no son malas, ahora se inaugura el tercer vuelo diario de Iberia Madrid-Buenos Aires al que se suma el recién inaugurado de Air Europa con el mismo trayecto.



Cádiz Golf Cup 5 mayo 2007. Jerez de la Frontera

El Patronato de Turismo participó en un workshop convocado por Turismo Andaluz. Esta acción promocional se desarrolló en el marco de la Cádiz Golf Cup 2007 celebrada en Jerez de la Frontera.

A esta cita acudieron 56 TT. OO. procedentes de países europeos como Reino Unido, Noruega, Suecia, Dinamarca, Austria, Bélgica, Alemana, Italia e Irlanda. También estuvieron presentes algunos representantes de EE. UU., Sudamérica y China especializados en este segmento. Por su parte, los Patronatos de Turismo de Andalucía acudieron acompañados de destacados empresarios del sector de cada una de las provincias que quisieron mostrar en esta cita turística lo más relevante de su oferta.

A lo largo de la jornada de trabajo, los mayoristas que se acercaron a la mesa del Patronato de Turismo mostraron mucho interés por la Costa del Sol en general. Pidieron información sobre la oferta de golf de nuestro destino, haciendo especial hincapié en las novedades de la oferta complementaria.

En general, el Patronato de Turismo ha realizado un balance muy satisfactorio de nuestra participación en esta acción. En este sentido, se establecieron interesantes contactos, que tienen por objeto atraer más turistas a la Costa del Sol interesados en la práctica del golf.



Desayuno de Trabajo sobre Marketing Interactivo 9 mayo 2007. Málaga-Costa de Sol

El Patronato de Turismo organizó un desayuno de trabajo sobre la creciente importancia que el Marketing Interactivo tiene en el sector turismo. A la cita acudieron representantes del sector hotelero de la Costa del Sol, así como distintas instituciones turísticas de la provincia.

El hotel El Fuerte de Marbella sirvió de escenario para esta reunión, que partió con el objetivo primordial de poner en común las estrategias de Marketing Interactivo que se están implantando en los hoteles de la provincia. Se compartieron opiniones al respecto, procedentes de puntos de vista tanto públicos como privados.

Uno de los aspectos a destacar fue la importancia que está alcanzando Internet en los últimos años en el sector turístico. En este sentido, quedó claro que los procesos de comercialización online de productos y servicios se están postulando en clara ventaja frente a las acciones de marketing tradicional. De todas forma, la mayoría de los asistentes coincidieron en la importancia de realizar acciones conjuntas de Marketing Interactivo y tradicional, dado que se complementan y no son excluyentes.

En el encuentro estuvieron presentes representantes de los hoteles El Fuerte de Marbella, Guadalpín, La Cala Resort, Torrequebrada, The Westin La Quinta Golf Resort y Los Monteros. Además, también acudieron representantes del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, de Segitur, de Turismo Andaluz, del Plan Qualifica y de AEHCOS.

Feria de Turismo I.E.S. Cánovas del Castillo 10 mayo 2007. Málaga

Por invitación del profesorado del Ciclo de Formación Profesional de Grado Superior del I.E.S. Cánovas del Castillo, el Patronato de Turismo asistió al acto de apertura de la Feria de Turismo organizada por los alumnos y alumnas del Ciclo Formativo de Grado Superior de Técnico Superior en Información y Comercialización Turística.

Este ciclo forma parte de la nueva estructura de la Formación Profesional y tiene un sentido eminentemente práctico y cercano a la realidad del sector de que se trate. El mismo tiene una información teórica en las materias básicas para una persona que va a trabajar en el sector y, especialmente, en los idiomas aplicados a la práctica turística de nueve meses de duración. Posteriormente a este periodo de formación teórica viene un periodo formativo práctico en centros de trabajo de cuatro meses durante los que se tiene que realizar un proyecto integrado de actividad. Estos estudios van directamente dirigidos a la formación laboral de los jóvenes para su inserción directa en el mundo del trabajo del turismo, aunque pueden continuarse los estudios universitarios ya que para el acceso del alumnado a este tipo de ciclos informativos se debe estar en posesión del título de bachiller.

Dentro del periodo formativo, y como uno de los ejercicios prácticos que realiza el alumnado, se monta un simulacro de feria turística para la promoción del destino provincial de Málaga en los diversos aspectos de la oferta. Durante dos días se montaron cinco stands en el salón de actos del Instituto que se organizaron del siguiente modo:

- **Turismo Cultural**
 - Gastronomía de la provincia
 - Fiestas más relevantes de Málaga
- **Turismo Rural**
 - Ecología
 - Termalismo y balnearios
- **Turismo de Aventura**
 - Golf
 - Deportes en general
 - Senderismo, trekking, rafting, rappel, quads
- **Turismo de Congresos e Incentivos**

- **Turismo Accesible y Responsable**

- Acceso al disfrute de la experiencia turística para personas con algún tipo de handicap físico, psíquico o sensorial

Si bien la clasificación de los segmentos y/o sectores turísticos podría haberse organizado de otra forma, parece realmente importante que aborden todas las temáticas de la oferta de la provincia y es realmente reseñable la preocupación por acceder al turismo de los sectores con alguna dificultad, lo que ellos llaman “turismo responsable”.

En los stands disponían de folletos que ellos mismos han ido recogiendo de diversas ferias, ofreciendo información mediante paneles murales de lo que ellos consideran más relevante de la oferta. En el apartado de gastronomía ofrecieron una degustación de algunos productos típicos de la provincia.

En resumen, el Patronato considera este evento una buena experiencia que supone un primer contacto para el alumnado con el trabajo turístico y cuya formación es muy importante para el futuro del turismo en nuestra provincia. Preparar técnicos cualificados en información y comercialización y tenerlos a disposición del sector, es algo en lo que el Patronato de Turismo debe colaborar. Como conclusión, decir que sería importante, de cara al futuro, establecer lazos de colaboración con los centros educativos que realizan formación de jóvenes en nuestro sector.



X Edición Trofeo Arturo Soria Plaza 11 – 25 mayo 2007. Madrid

Gracias al éxito del Costa del Sol Masters Madrid que desde el pasado mes de marzo se viene celebrando en tres campos de golf de la capital, entre ellos el Club de Golf Olivar de la Hinojosa, directivos de dicho campo propusieron al Patronato de Turismo participar activamente en la X Edición Trofeo Arturo Soria Plaza que tuvo lugar durante los días 11 al 25 de mayo.

Este emblemático torneo amateur se ha convertido en uno de los de mayor aceptación e inscripciones de cuantos se celebran en Madrid. Durante los días 22 al 25 de mayo, en las instalaciones del Club de Golf Olivar de la Hinojosa, se dieron cita cerca de 600 jugadores. El torneo, que tiene una duración de tres días, se disputa en la modalidad de dobles Fourball Stableford y cada pareja participante representa a un local del centro comercial Arturo Soria. El cuarto día está reservado para la competición individual e infantil.

Por otro lado, el torneo se complementa con la acción denominada “Quincena del Golf”, que se desarrolló del 11 al 24 de mayo en el propio centro comercial Arturo Soria Plaza. En el transcurso de dicha quincena se realizaron varias exposiciones entre las que destacamos la de trofeos y material de los grandes jugadores españoles de la historia, de palos antiguos, homenaje a la mujer en el golf, etc., etc. Asimismo se llevaron a cabo diversas y divertidas actividades de golf para grandes y pequeños, con el único fin de dar a conocer este deporte a todos aquellos que quisieron acercarse al centro comercial.

Los trofeos y regalos fueron entregados en el transcurso de un acto presentado por el periodista Basilio Rogado.

Ahora queda por delante otro año para preparar la décimo primera edición de este peculiar y tradicional torneo.

Presentación “Observatorio Turístico 2006”.
16 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

Presentación del “Observatorio Turístico” correspondiente al año 2006, informe que ha sido elaborado por la Sociedad de Planificación y Desarrollo (SOPDE), que aglutina los datos e indicadores más relevantes del sector turístico en nuestra provincia durante el pasado año.

En líneas generales, los resultados ponen de manifiesto la consolidación de los indicadores que ya se habían repuntado al alza en el 2005. La demanda nacional ha mantenido su buen comportamiento, consolidándose como uno de nuestros principales mercados emisores. En lo que respecta a la llegada de turistas extranjeros, ha proseguido la tendencia creciente del año anterior, lo que en conjunto ha supuesto un incremento de 2,7% en la cifra total de turistas en la Costa del Sol.

Del resto de indicadores, cabe destacar que todos ellos han aumentado con respecto al mismo estudio del 2005, exceptuando la estancia media, que ha descendido cerca de medio día con respecto al 2001. Esto, sin duda, se debe a las nuevas formas de comportamiento del cliente turístico, más independiente y policonsumidor.

En cuanto a las novedades del “Observatorio Turístico 2006”, hay que resaltar que por primera vez se han desglosado los principales indicadores por municipios. Además, también se incluyen las llegadas de pasajeros al aeropuerto de Málaga en compañías aéreas de bajo coste.

Resulta significativo que en los meses de enero, febrero, octubre, noviembre y diciembre, las cifras de llegadas en “low cost” hayan superado a las compañías tradicionales. Este dato nos demuestra que pueden ser un instrumento para combatir la estacionalidad, trayendo turistas en los meses de invierno.

Seminario de Formación para Agentes de Viaje Polacos 16 mayo 2007. Polonia

El Patronato de Turismo recibió una petición por parte de la Oficina Española de Turismo de Varsovia para llevar a cabo un seminario de formación para agentes de viaje de Polonia.

Dicha OET circuló una convocatoria entre los principales TT. OO. y agencias de viajes como Ecco Holiday, Itaka, Neckermann, Orbis, Rainbow Tours, Scan Holliday, Proeko, Air Club, Travelbank, Flyaway Travel, Mazurcas Travel, Incentive Trave/Jointex, Varsavolo, Grupa Travel Polska, Span Travel, Maestro, Piechocka Travel, Centaur, Opal Travel y TUI Poland, a raíz de la cual se recibieron, aproximadamente, 100 confirmaciones para participar en el citado curso de formación.

A tal fin, varios técnicos del Patronato de Turismo se desplazaron a la capital polaca para impartir el seminario que destacó todos los aspectos relevantes del destino Costa del Sol. El curso, de tres horas y media de duración, se llevó a cabo en una sala del hotel Marriott de Varsovia en la que se dispusieron 12 ordenadores portátiles para que los agentes, a medida que se desarrollaba el curso, pudiesen trabajar en grupo sobre nuestra nueva página web.

El curso se dividió en tres apartados. El primero de ellos consistió en una presentación en PowerPoint que repasó todos los productos y segmentos turísticos que se ofertan en nuestro destino. En el segundo se les acercó al manejo de nuestra página web como útil herramienta de trabajo y la tercera se basó en un concurso en el que se planteaban algunas preguntas sobre el destino, dándole la oportunidad al acertante de ganar diversos premios. Para finalizar, se sortearon dos vuelos a la Costa del Sol ofrecidos por cortesía de la compañía aérea Norwegian.

Posteriormente los agentes de viaje fueron invitados a un desayuno ofrecido por la OET de Varsovia para continuar por la tarde con un seminario ofrecido por Turismo de Baleares.

El grupo recibió unas bolsas con guías temáticas y material promocional de nuestro destino.

Presentación Central de Reservas TUI Nederland
Reunión con Sudtours
Reunión con Thomas Cook Nederland
21 – 25 mayo 2007. Holanda

1. Acción - objetivo

El pasado mes de enero durante la feria de turismo Vakantiebeurs de Utrecht tuvimos ocasión de contactar con Kevin van Etten, jefe de producto de TUI Nederland, principal tour operador holandés.

Durante dicho encuentro, la responsable de promoción del Patronato de Turismo de la Costa del Sol en este mercado propuso al Sr. Van Etten la posibilidad de organizar una presentación para los agentes de su central de reservas.

Como seguimiento a dicha propuesta se planteó por parte del responsable de dicho tour operador para la Costa del Sol, la organización de una noche de tapas en cada una de las dos centrales de reservas que este tour operador tiene en Holanda, en las ciudades de Rijswijk y Enschede.

2. Formato

Los pasados días 21 y 22 de mayo se llevaron a cabo sendos eventos en las mencionadas centrales de reservas.

A los mismos fueron invitados, además del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, el Patronato de Turismo de Cádiz, la cadena hotelera Fuerte Hoteles, la Asociación de Hoteles Rurales de Andalucía (AHRA) y Hoteles JALE.

El formato seguido en dichos eventos consistió en la presentación de los destinos y hoteles invitados. Tras la misma, tuvimos ocasión de intercambiar impresiones con los agentes de viaje mientras compartíamos unas tapas encargadas para la ocasión.

3. Desarrollo

Durante la presentación realizamos una exposición de nuestra nueva página web que fue calificada como una interesante herramienta de trabajo por algunos de los agentes de viajes presentes. Seguidamente se proyectó un DVD genérico de nuestro destino turístico.

Los agentes de viajes asistentes a estos eventos fueron obsequiados con material tanto informativo como promocional de la Costa del Sol.

Aprovechando nuestra visita a los Países Bajos, solicitamos al director de la Oficina Española de Turismo de La Haya que nos programase una reunión con los

responsables para la Costa del Sol de los TT. OO. Thomas Cook y Sudtours. Entre otras cuestiones, aprovechamos dichas reuniones para ofrecer a nuestros interlocutores una presentación en PowerPoint, seguida de una presentación de nuestra página web.

4. Conclusiones

Para terminar queremos destacar la información que nos ha facilitado el director de la OET de La Haya con respecto al informe que se está realizando fruto de una investigación de mercado que se ha llevado a cabo entre los consumidores de turismo holandeses. Dicha investigación recaba información no sólo de las preferencias y gustos del turista holandés, sino que también realiza una comparativa de nuestro país con respecto a los principales destinos turísticos competitivos a los que van de vacaciones los holandeses. Una de las conclusiones a este respecto ha sido sobre el perfil de los turistas holandeses que visitan Turquía que al parecer están enclavados dentro de un segmento de bajo estatus social.

El director de la OET de La Haya nos ha comentado que dicho informe será presentado en breve. Por nuestra parte le propusimos que fuera presentado nuevamente durante la feria de turismo Vekantiebeurs de manera que la información arrojada por el mismo llegue también al sector profesional español interesado en este mercado.



X Edición La Cala Co-Op 25 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

Evento anual que organiza La Cala Resort al objeto de agradecer a todo los agentes de viajes y TT. OO. su colaboración con el complejo, que este año alcanzó su décima edición. En esta ocasión contó con la participación de 75 representantes de grandes TT. OO.

El día se dividió en varios apartados: competición de 9 hoyos en el campo Asia, clases de golf y demostración del nuevo método TaylosMade Permormance Lab de la Academia David Leadbetter, competiciones de putting y chipping y un tour por el fabuloso spa Caracalla de 1.300 m².

El director del Área de Golf del Patronato de Turismo presidió la entrega de premios y actuó como maestro de ceremonias.

Este evento se ha convertido en una parte integrante del calendario de golf para los TT. OO. que esperan que la temporada traiga mucho éxito para todos los campos de golf que integran la Costa del Sol.



V Torneo de Golf Interempresas Costa del Sol 25 – 26 mayo 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo colaboró en el “V Torneo de Golf Interempresas Costa del Sol” celebrado durante los días 25 y 26 de mayo en el Baviera Club de Golf que, como años anteriores, fue escenario de esta competición.

Este torneo, que se ha consolidado como uno de los grandes eventos golfísticos del jugador amateur, contó con el respaldo y participación de importantes empresas de la provincia de Málaga, con más de 40 empresas inscritas.

Como en pasadas ediciones, los equipos estuvieron formados por cuatro jugadores que representan a la empresa y deben competir uniformados. Como ya es costumbre, en este torneo se valora y premia al mejor equipo uniformado, premio que en esta ocasión recayó en la empresa ALRUFE 95, otorgándoles un traje de la marca Tarantino como premio.

El primer premio del torneo, que fue para las parejas formadas por la empresa Construcciones Vera, consistió en un trofeo más una semana en Cuba con vuelo y alojamiento para los cuatro componentes del equipo.

El sábado 26 por la noche en el transcurso de una cena celebrada en el Cortijo Bacardi, tuvo lugar la entrega de trofeos así como de diferentes premios a los participantes. En la fiesta se pudo degustar un succulento cocktail-cena amenizado por la actuación de un grupo de música caribeña.



III Sol Irish Cup 31 mayo – 1 junio 2007. Dublín

La tercera edición del “Sol Irish Cup” superó con creces las celebradas anteriormente, tanto en Irlanda como en la Costa del Sol, habida cuenta el interés creciente que despierta este acontecimiento deportivo organizado por el Patronato de Turismo de la Costa del Sol.

Dicha competición consiste en un encuentro de empresarios y directivos de campos de golf costasoleños con representantes de los principales TT. OO. y medios de comunicación de este importante segmento turístico en Irlanda, y que se celebra alternativamente en Irlanda y la Costa del Sol. Las dos ediciones celebradas en Irlanda han tenido como escenario el campo The Heritage, en las cercanías de Dublín, diseñado por Severiano Ballesteros y que en el próximo mes de septiembre acogerá el “Seve Trophy”, mientras que el pasado año fue el campo costasoleño La Reserva el que acogió la segunda “Sol Irish Cup”.

El primero de los actos celebrados en esta ocasión fue la recepción y posterior cena que ofrecieron a la delegación malagueña el embajador de España en Irlanda, José de Carvajal, y su esposa, cena que contó asimismo con la presencia del director de la Oficina Española de Turismo de Dublín, creada recientemente, Juan Manuel de Juan. Durante la cena se departió ampliamente sobre numerosos temas relacionados con el flujo de turismo irlandés a la Costa del Sol, donde el golf ocupa un lugar predominante.

El magnífico campo The Heritage acogió al día siguiente a los representantes de TT. OO. de Irlanda y los componentes de la expedición malagueña, quienes compartieron un desayuno de trabajo antes de iniciarse el torneo de golf en sí que, una vez más, registró el triunfo del equipo irlandés, contando cada salida con dos representantes de cada delegación, hasta un total de doce salidas.

En la cena de entrega de trofeos, que contó con la asistencia de los participantes y representantes de medios comunicación irlandeses y el propio Patronato de Turismo, hicieron uso de la palabra en primer lugar los capitanes del equipo irlandés y del equipo español.

Posteriormente intervino el jefe del Área de Golf del Patronato de Turismo quién felicitó a los participantes por el buen desarrollo de la jornada, tras lo cual hizo uso de la palabra el director de la OET de Dublín. Cerró el acto el embajador de España en Irlanda quién resaltó especialmente la fórmula de promoción aplicada, destacando las excelencias de la Costa del Sol para la práctica del golf durante todo el año, zona que conoce bien ya que dispone de una vivienda en nuestro destino turístico y es asimismo habitual practicante de este deporte. Finalmente, deseó el mejor de los éxitos de cara a la cuarta edición, que tendrá lugar en un emblemático campo de nuestra zona.



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

Las empresas que estuvieron representadas en este evento por parte de la Costa del Sol fueron Santa Clara Golf, Baviera Golf, La Duquesa Golf Resort, Almenara Golf, La Reserva de Sotogrande Golf, Alcaidesa Links, El Chaparral Golf, Golfspain, Viajes Celtic, Polacci Promotions, hotel Guadalmina Spa & Golf Resort, hotel Los Monteros, hotel AGH Estepona, hotel Pyr, hotel NH Sotogrande, hotel Don Juan, hotel Sol Andalusí, Diario Sur y Andalucía Golf, así como la Real Federación Andaluza de Golf en la persona del presidente de su Comité de Campos Comerciales.

Por parte de los TT. OO. irlandeses asistieron entre otros representantes de XI Travel, John Cassidy Travel, Panorama Holidays, Shandon Travel, Travelfinders, Sunway, Falcon Holidays, Escape 2, Bryan Somers Travel, etc., a quienes se les hizo una presentación del destino Costa del Sol y se entregó material informativo y promocional de nuestra zona.

Presentación Página Web 3 – 8 junio 2007. Alemania

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo, dentro de su proyecto de presentación de la página web www.visitacostadelsol.com, se desplazó durante los días 3 al 8 de junio a Alemania, con el objetivo de dar a conocer los contenidos de la misma a las diferentes Oficinas Españolas de Turismo de aquel país. Otro de los objetivos de estas reuniones fue el conocer las impresiones de las dichas OET's sobre nuestra web y recabar sugerencias sobre qué necesitarían que apareciera en ella para facilitar su trabajo.

2. Formato

Las presentaciones se llevaron a cabo en las instalaciones de las OET's de Düsseldorf, Munich, Frankfurt y Berlín y a ellas acudieron todos los trabajadores de las mismas a excepción de los directores que se encontraban en Barcelona en una reunión de directores de OET's. A tal fin, llevamos hasta Alemania un ordenador portátil y un proyector al objeto de realizar dichas presentaciones. En Berlín ya nos habían preparado dos ordenadores para la presentación.

3. Desarrollo

Las presentaciones se llevaron a cabo en las siguientes fechas:

- **4 de junio – OET Düsseldorf.** Con una duración aproximada de una hora y media y la asistencia de cuatro personas.
- **5 de junio – OET Munich.** Con una duración aproximada de una hora y media y la asistencia de cuatro personas.
- **6 de junio – OET Frankfurt.** Con una duración aproximada de dos horas y la asistencia de cinco personas.
- **7 de junio – OET Berlín.** Con una duración aproximada de dos horas 45 minutos y la asistencia de tres personas.

En todas las presentaciones se hizo un repaso por todos los contenidos de la página web, haciendo especial hincapié en el Contact Center, el nuevo buscador, las guías turísticas, el turismo temático y el área profesional.

Las presentaciones fueron muy interesantes y el personal de las OET's valorará el hecho de que nos desplazáramos expresamente a sus oficinas para presentarles

nuestro trabajo, al tiempo que nos felicitaron por la nueva página web, por su diseño y contenidos. Les pareció dinámica y de fácil manejo.

En general se mostraron muy interesados por las guías temáticas y nos consultaron sobre su gratuidad, número de guías que se pueden solicitar y la forma de hacerlas llegar al destino.

Además, hicieron hincapié sobre las consultas que con más frecuencia reciben del turista alemán como puede ser la movilidad, es decir, sobre horarios de medios de transporte y distancias del aeropuerto al hotel, además de la compra de entradas para los toros y alquiler de bicicletas. Esta son las respuestas que más trabajo les cuesta encontrar por lo que nos propusieron incluir más información al respecto en la web. Pusieron como ejemplo la sección “¿Cómo moverse?”, donde debería aparecer un link a las páginas de RENFE y EMT y demás transportes, así como horarios de los mismos.

También nos sugirieron incluir información sobre caza y pesca y sobre legislación animal, ya que el turista alemán viaja muy a menudo con animales de compañía y es muy dado a practicar pesca o cacería en sus viajes.

Se mostraron muy interesados en el Contact Center y nos comentaron que les iba a ser muy útil para su trabajo ya que da respuesta a todas esas consultas les hacen sobre Málaga y que ellos no pueden abarcar y que, por lo tanto, lo usarían como herramienta de trabajo para sus informaciones sobre Málaga.

Las personas responsables de prensa se interesaron por el banco de imágenes de la web, así como por los mecanismos de solicitud, el motivo de que las mismas tuvieran una clave para poder descargarlas y a quién se facilita dicha clave de descarga.

En cuanto a la Agenda de Actividades, todos coincidieron en que la programación dada era muy buena y útil, pero que debería alargarse en el tiempo, es decir, que la programación no fuera semanal sino quincenal e incluso mensual ya que el turista alemán es muy dado a preparar sus viajes con mucha antelación y muchas veces condiciona la fecha del viaje en función de alguna fiesta, acto, evento y demás que pueda interesarle. También nos comentaron respecto a este tema que sería bueno incluir un anuario de fiestas y ferias de toda la provincia.

Nos consultaron sobre el término “Costa del Sol” y qué abarca exactamente ya que en sus folletos se incluyen Algeciras y Campo de Gibraltar como parte de la Costa del Sol.

Al mostrarles la novedad del histórico del tiempo, comentaron que es una herramienta que podrá serles muy útil ya que el turista pregunta con meses de antelación por la climatología del periodo en el que va a viajar a Málaga.

Cuando les explicamos el nuevo buscador de la web, nos dijeron que el antiguo no les gustaba mucho y alabaron el nuevo ya que tiene más opciones de búsqueda, aunque lo que les vendría mejor es que la búsqueda fuera más directa y concisa.

En cuanto al Área Profesional de la web, una de las secciones por las que se muestran muy interesados es por la de estadísticas, ya que las utilizan a menudo y también por la descarga de imágenes y sus claves, ya que muchos periodistas se las

solicitan y quieren saber cuales son los requisitos que debe cumplir el que lo solicita y cómo lo hace. Nos comentaron al respecto que a veces se tarda en dar respuesta con las claves pero que también hay muchos periodistas que las piden con poco tiempo de antelación.

También nos comentaron que sería muy útil incluir listados de horarios de monumentos, museos, Iglesias de Málaga, etc..., ya que son las consultas más comunes.

Asimismo nos consultaron sobre las estadísticas en inglés, ya que le son muy útiles y también nos preguntaron si disponíamos de listados de agencias MICE, ya que son muy solicitadas por lo que nos sugirieron que se incluyeran en la sección donde aparecen las agencias receptoras, minoristas, etc..., es decir, en la parte de Recursos Turísticos de la web.

En cuanto a la información turística de la página, nos dijeron que necesitarían más información y más concreta.. También hicieron mención al tema de la seguridad del turista, en el sentido de que debería haber más comentarios al respecto y que la parte de “salud” está muy bien y es muy útil.

Sobre el Turismo Temático, plantearon que podría enfocarse de otra manera ya que el turista no localiza fácilmente esta información de la manera en que está planteado en la web. Plantean que en cada una de sus secciones podría aparecer una serie de enlaces o de información adicional que fuese más útil como, por ejemplo, en “Aprender Español” un listado de Escuelas de Español, o en “Flamenco” un listado de escuelas de sevillanas y si esa información está ya en las guías, como le comentamos, hacer un link para que visitando cada uno de los tipos de turismo, puedan abrirse las guías que guarden relación con el tema en concreto.

Nos hicieron varias propuestas para incluir en la web. Una de ellas es una especie de “buzón de sugerencias” para el turista. Al igual que hay uno para el profesional del sector, hacer uno para que el turista pueda dejar comentarios no solo sobre la web, sino también sobre Málaga, los pueblos, playas, hoteles, servicios, etc.... ya que ellos reciben a menudo este tipo de comentarios y no saben como canalizarlos.

Otra propuesta, es incluir información sobre el Turismo Naturista, es decir, especificar sitios y playas para este tipo de turismo, ya que es otra consulta que les hacen a menudo y también incluir información sobre viajes con animales de compañía, es decir, información sobre hoteles y sitios en los que estén o no permitidos la entrada de los mismos.

También plantearon, el incluir una guía o información específica dirigida al minusválido, es decir, hacer un link con información sobre hoteles, playas, aparcamientos, transportes especializados, etc...ya que es algo que no encuentran en ninguna web de otras provincias y que sería un elemento que diferenciaría nuestra web de otras y que daría un servicio del que no hay mucha información actualmente.



4. Conclusiones

Consideramos que la iniciativa de presentar en las OET's la página web ha sido un gran éxito, ya que en todo momento se ha valorado muy positivamente. Ha ayudado a que conozcan mejor el contenido de nuestra web y que, de este modo, puedan dar un mejor uso de la misma al tiempo que se han podido escuchar iniciativas y propuestas que pueden ayudarnos a mejorar la página y los servicios prestados por la misma.

Hemos comprobado que, en cada una de las exposiciones, el Contact Center ha tenido un rotundo éxito y ha sido una de las novedades presentadas que más ha gustado, incluso se llegó a que casi la mitad de la duración de las exposiciones estuviera centrada en el Contact Center y de los servicios que podía ofrecer.

Todas las oficinas han quedado muy satisfechas con la información que contiene la web. Les pareció muy amplia y de gran utilidad.

Ha sido una experiencia muy positiva y enriquecedora ya que así podemos comprobar de forma más directa la efectividad de la web y de los servicios prestados por la misma.

Foro de Conocimiento e Innovación 5 – 6 junio 2007. Barcelona

1. Acción - objetivo

Entre los días 5 y 6 de junio, el Patronato de Turismo participó en el “Foro de Conocimiento e innovación, Claves del Liderazgo en los Mercados Internacionales”, que tuvo lugar en Barcelona.

Este foro, promovido por la Secretaría General de Turismo a través de Turespaña, pretende acercar información sobre el estado actual de los mercados internacionales. En esta ocasión se centró, sobre todo, en los mercados europeos desde la visión de una estrategia de segmentación en los mercados maduros así como en los nuevos mercados emergentes de Asia y Europa del Este.

2. Formato

La apertura del foro, llevada a cabo por Amparo Fernández, subdirectora general de Planificación de Turespaña, ofreció asimismo una detallada exposición sobre “La Aproximación de los Mercados Turísticos Internacionales – Estrategia y Planteamiento General”.

A continuación tuvieron lugar tres mesas redondas que versaron sobre los siguientes temas: “Europa, nuevos clientes a través del conocimiento y la segmentación”, “Europa, experiencias de éxito con los Países del Este” y “El reto de Asia para las ciudades”.

El formato, más que mesa redonda, se basó en una serie de ponencias que fueron de gran interés para los aproximadamente 400 profesionales asistentes. Entre ellos figuraron representantes de Turismo Andaluz, Ayuntamiento de Málaga, Cámara de Comercio de Málaga, Raytur Travel y Maravillas Travel.

3. Desarrollo

En otro orden de cosas, el director general de Turespaña, Félix Larrosa, presentó el proyecto piloto del “Proyecto Premium” cuyo objetivo es la identificación de segmentos con características socio-demográficas muy concretas en los mercados maduros de Reino Unido, Alemania, Francia e Italia. Una vez establecido el perfil de este cliente potencial que cumple con un requisito básico de un alto gasto anual en productos turísticos, se inicia el proceso de adentrar en la complejidad de sus deseos e ilusiones con el fin de poder ofrecer productos específicos. Los productos premium que se ofrecen contarán con una gran garantía de excelencia y brindarán la posibilidad de medir el rendimiento sobre la inversión.



El proyecto piloto se realizará en Alemania contando con el apoyo de agentes comercializadores e irá enfocado hacia productos de bienestar y de naturaleza. A continuación el proyecto se extenderá a Reino Unido donde se centrará en productos de ciudad, lo que podría ser una oportunidad para lanzar la ciudad de Málaga como destino de city-break.

La inauguración oficial contó con la presencia del ministro de Industria, Turismo y Comercio, Joan Clos y en el transcurso de esta primera jornada tuvo lugar un almuerzo ofrecido por Segitur.

La segunda jornada se inició con un desayuno de trabajo con la asistencia, en su gran mayoría, de los directores de las Oficinas Españolas de Turismo lo que brindó una magnífica oportunidad de poder saludarles e informarles sobre el desarrollo de los diferentes proyectos que se realizarán a lo largo del año en colaboración con Turespaña.

El resto de la mañana estuvo dedicado a la presentación del “Plan de Turismo Español Horizonte 2020”. El desarrollo de este plan está a cargo de la administración central, concretamente de la Secretaría General de Turismo, y su meta es lograr que en el año 2020 el sistema turístico español sea “el más competitivo y sostenible, aportando el máximo bienestar social”.

El Plan se desarrollará en tres fases. La primera cuenta con un análisis sobre la realidad actual del turismo en España llevada a cabo por un grupo de expertos que, tras estudiar las perspectivas de futuro, han elaborado un documento base.

La segunda fase pretende fomentar la participación y debate por parte de la administración, el sector privado, las entidades locales y la sociedad en general.

La tercera y última será la creación del “Plan de Turismo Español Horizonte 2020” que incorpora el Plan 2008-2012. Este último plan tiene la ambición de involucrar tanto a la administración como a las empresas y entidades además de los viajeros y la sociedad civil.

Las líneas de acción tienen como objetivo cubrir todos los aspectos que influyen en nuestra industria desde la competitividad, sostenibilidad, innovación, recursos humanos, conocimiento del I+D, productos y marketing.

Para más información y poder participar en el desarrollo del Plan Horizonte 2020, consultar la página web www.turismo2020.es.

Presentación “Observatorio Turístico del Interior 2006” 6 junio 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo presentó el “Observatorio Turístico del Interior” correspondiente al año 2006, informe elaborado por la Sociedad de Planificación y Desarrollo (SOPDE) de la Diputación Provincial de Málaga, que aglutina los datos e indicadores más relevantes de las siete comarcas del interior de la provincia, en lo referido al turismo.

En líneas generales, cabe destacar que durante el año 2006 los destinos de interior de nuestra provincia han recibido a 2.646.000 visitantes. Esta cifra se desglosa en 780.000 turistas, es decir, aquellos que pernoctan, y en 1.866.000 excursionistas, que son aquellos que se desplazan un día desde otra zona. Por tanto, queda demostrada la creciente importancia de los municipios de interior, cuya cuota sobre el total del turismo en la provincia alcanza ya el 8,42%.

En este sentido, el presidente del Patronato de Turismo remarcó la necesidad de realizar estudios de este tipo, que pongan de relieve “la situación y la evolución del turismo en los municipios de interior”. Por ello, recordó que está al frente de un “Patronato provincial, que abarca el conjunto de comarcas de la provincia, no sólo las cercanas a la costa”.

En la misma línea, destacó que “en Málaga se puede disfrutar de una gran variedad de segmentos diferenciados, complementarios a nuestro producto estrella de sol y playa”. “El turista de interior destaca como aspectos más satisfactorios la naturaleza, la hospitalidad, la tranquilidad y el clima, siendo su valoración media del destino de 7,42 puntos sobre 10”, añadió.

Por tanto, “lo importante es que podamos seguir siendo muy competitivos en este segmento, muy importante a la hora de desestacionalizar la demanda turística hacia la provincia a lo largo de todo el año”, concluyó.

Presentación Página Web 11 – 14 junio 2007. Italia

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol, dentro de su proyecto de presentación de la página www.visitacostadelsol.com, se desplazó a Italia con el objetivo de dar a conocer los contenidos de la misma al personal de la Oficinas Españolas de Turismo de aquel país: Roma y Milán.

Otro de los objetivos marcados fue el conocer las impresiones que sobre nuestra web tiene dicho personal y recabar sugerencias sobre qué necesitarían que apareciera en la página para facilitar su trabajo.

2. Formato

Las presentaciones se llevaron a cabo en las instalaciones de las OET's de Roma y Milán y a las mismas acudió todo el personal de dichas oficinas a excepción de la directora de la OET de Roma. A tal fin, llevamos a Italia un ordenador portátil y un proyector.

3. Desarrollo

En ambas presentaciones se realizó un repaso por todos los contenidos de la página web haciendo especial hincapié en el Contact Center, el nuevo buscador, las guías temáticas, el turismo temático y el área profesional.

La primera de ellas tuvo lugar en la sede de la OET de Milán con una duración aproximada de una hora y media y a la misma acudieron un total de 12 personas.

La persona encarga de información se mostró muy interesada por las guías y nos preguntó si eran gratuitas y el número de guías que se pueden solicitar, así como la forma de envío, al tiempo que nos sugirieron que se tradujeran al italiano. Le respondimos que, efectivamente, las guías son gratuitas y se envían a cualquier parte del mundo donde las soliciten, poniéndoles como ejemplo que hemos recibido peticiones desde Canadá, EE. UU. o Sudáfrica.

Asimismo, nos propusieron incluir en la web información sobre conexiones directas Milán-Málaga ya que los italianos demandan mucho este tipo de consultas, además de interesarse por la distancia entre el aeropuerto y las ciudades y los medios de transporte, horarios y precios.

Se mostraron muy interesados en el Contact Center y nos comentaron que les iba a ser de mucha utilidad para su trabajo ya que da respuesta a todas esas consultas que

el turista italiano les hace sobre Málaga y que ellos no pueden abarcar. Aseguraron que lo usarían como herramienta de trabajo para sus informaciones sobre nuestra provincia.

Las personas responsables de prensa nos consultaron sobre el banco de imágenes de la web, así como por los mecanismos de solicitud, el motivo de que las mismas tuvieran una clave para poder descargarlas y quién facilita dicha clave de descarga.

Antes de realizar la presentación ya teníamos peticiones de información por parte de la OET de Milán en el Contact Center. Asimismo, el director de esta OET mostró mucho interés por las guías de Golf y Recetas Típicas ya que considera que ofrecen una información útil y precisa.

La segunda presentación tuvo lugar el día 5 de junio en la sede de la OET de Roma. A la misma, que tuvo una duración aproximada de una hora y media, acudieron un total de 15 personas.

Al igual que en Milán, mostraron mucho interés por las guías temáticas ya que les parecen muy interesantes a la hora de informar a los turistas. También se interesaron por el apartado de estadísticas puesto que sirve de ayuda a aquellos estudiantes de turismo que demandan este tipo de datos para poder realizar sus trabajos. Otro de los apartados que consideran de utilidad es la sección de inversión y negocio que informa sobre la legislación española a la hora de montar un negocio en la Costa del Sol.

Las cuestiones más demandadas por parte del turista italiano hacen referencia al transporte y comunicaciones. Les dijimos que cualquier pregunta sobre este tema o cualquier otra cuestión que se les planteen pueden transmitírsela al Contact Center. Le gustó mucho la puesta en marcha de este servicio y les sorprendió que en 24 horas se respondan las peticiones o dudas llegadas al mismo.

4. Conclusiones

Las presentaciones fueron muy interesantes y los asistentes valoraron el hecho de que nos desplazáramos expresamente hasta sus oficinas a presentarles nuestro trabajo.

Tomaron nota de todas nuestras explicaciones para, al finalizar la presentación, hacernos todo tipo de preguntas y comentarios positivos sobre lo extenso que es el contenido de la web y lo útil que es el Contact Center. Por último, decir que aprendieron cosas de la página que no conocían y nos propusieron varias ideas para mejorarla.



IX Edición Torneo Costa del Golf Turismo 13 junio 2007. Málaga-Costa del Sol

El día 13 de junio tuvo lugar en las instalaciones del campo de golf Montemayor la IX Edición del Torneo Costa del Golf Turismo organizado por el Patronato de Turismo de la Costa del Sol. Se trata de un torneo patrocinado por Turismo Andaluz y Golfspain en el que colaboran Turespaña, la Federación Andaluza de Golf, la Asociación Andaluza de Profesionales de Golf, Iberia, RENFE-AVE, Diario Sur, hotel Guadalmina Spa & Golf Resort y Montemayor Golf Club.

Este trofeo, que tiene carácter anual, pretende unir a los clubs de la Costa del Sol en la práctica y difusión de uno de nuestros atractivos más rentables, el golf, y que es sin duda un infalible reclamo que complementa nuestra oferta turística y un deporte del que todos disfrutamos.

Los equipos participantes representan a los diferentes campos de la provincia de Málaga y están formados por un profesional y tres amateurs procedentes de cada uno de los clubs participantes.

Entre éstos también destaca la presencia de equipos formados por patrocinadores, prensa especializada y TT. OO. De esta forma, participan miembros de Turismo Andaluz, Golfspain, Turespaña, jugadores de la Asociación Andaluza de Profesionales de Golf o la Federación Andaluza de Golf.

El torneo se juega cada año en el campo del club que resulta ganador en la edición anterior. Así, este año el anfitrión fue Montemayor Golf Club, ganador de la pasada edición, aunque hay que puntualizar que cuando la circunstancia de que el vencedor ya ha ganado en anteriores ediciones, se respeta el triunfo pero el siguiente torneo se juega en el campo del siguiente clasificado. Los jugadores, tanto nacionales como extranjeros, deberán tener licencia en vigor y ser mayores de 21 años.

Está prevista la entrega de premios para los tres primeros clasificados de cada categoría. Según las reglas del torneo, se otorgará un trofeo a los profesionales, otro a los amateurs de equipos de campo y otro a los patrocinadores, prensa y TT. OO. Para obtener el trofeo en propiedad es necesario vencer en tres ediciones consecutivas o en cinco alternas.

Con el paso de los años, el torneo ha ido adquiriendo más prestigio si cabe. Este hecho queda demostrado al considerar que todos los campos de la provincia participan ya cada año en el evento. En este sentido, este torneo es una muestra más del excelente momento que el segmento golf atraviesa en la provincia, siendo uno de los destinos más solicitados de España y Europa.

La participación fue de 24 equipos y los 10 primeros clasificados, por este orden, fueron:

- El Chaparral Golf. Equipo campeón y sede para la edición del próximo año.
- Finca El Cortesín Golf. Equipo subcampeón.
- Doña Julia Golf.
- Calanova Golf.
- Real Club de Golf Las Brisas.
- Montemayor Golf.
- Guadalmina Club de Golf.
- Baviera Club de Golf.
- Valle Romano Golf.
- La Duquesa Golf & Country Club.

En cuanto a los profesionales el primer premio, patrocinado por Golfspain y dotado con 1.200 euros, fue para Ricardo Jiménez integrante del equipo Finca El Cortesín, con 69 golpes.

Una vez finalizado el torneo, tuvo lugar un almuerzo de confraternización en la Casa Club para, posteriormente, proceder a la entrega de premios. A los tres primeros equipos clasificados se les otorgó unos trofeos muy originales de cerámica hechos a mano con motivos de golf, cada uno de ellos diferentes.

Asimismo, en esta edición se entregó una placa de reconocimiento por parte del Patronato de Turismo de la Costa del Sol al jugador Miguel Ángel Martín, por su trayectoria profesional tras 25 años en el circuito europeo.

El ambiente durante toda la jornada fue excelente, permitiendo un intercambio de opiniones sobre todo lo relacionado con el negocio y el mundo del golf.

La infraestructura al servicio de este deporte en la Costa del Sol es un elemento muy valioso a la hora de captar nuevos turistas y con este torneo el Patronato pretende seguir promocionando e impulsando este segmento turístico. Aquí tenemos la mayor concentración de campos de toda Europa. Esto supone un gran impulso para la provincia, en cuanto a la creación de valor añadido se refiere. El golf diversifica nuestra oferta, genera turismo de calidad y ayuda a combatir la estacionalidad.



Presentación Costa del Sol en Dublín 14 – 15 junio 2007. Dublín

1. Acción - objetivo

Dando cumplimiento al Plan de Acción 2007, el Patronato de Turismo realizó la primera presentación del destino Costa del Sol en Dublín, enfocada en el segmento de reuniones e incentivos.

Este proyecto surgió debido al gran interés del mercado irlandés hacia nuestro destino. No hay que olvidar que Irlanda representa la economía más creciente de Europa y una de las más importantes del mundo. Por ello, y aprovechando las circunstancias dadas, colaboramos con el DMC de mayor volumen de negocio en Dublín, Ovation Group, organizando cuatro eventos paralelos destinados a la promoción del destino y a la formación de nuestros miembros.

Hay que destacar el apoyo constante de la nueva Oficina Española de Turismo de Dublín y su director, José Manuel de Juan González, quién nos ayudó a organizar el almuerzo con prensa especializada además de presentar el primer estudio de mercado sobre Irlanda elaborado por Turespaña.

No cabe duda que es un mercado potencial que generará buenas oportunidades de negocio para la Costa del Sol.

A esta promoción asistieron nueve socios del Convention Bureau: hoteles Elba, Puente Romano, El Fuerte, Gran Meliá Don Pepe, Kempinski, Guadalmina Spa & Golf Resort y Torrequebrada, Viajes Libertad y Travelmasters.

2. Formato

Dentro de esta promoción se realizaron cuatro actividades diferentes:

- Presentación del mercado irlandés dirigido a nuestros miembros: datos socio-económicos. Se realizaron dos presentaciones, una a cargo del director de la OET de Dublín y otra por parte de Padraic Gilligan, Marketing Director de Ovation Group.
- Almuerzo con prensa especializada en el restaurante Ely.
- Presentación del destino Costa del Sol a empresas multinacionales en el hotel Clearance: presentación personalizada da cada uno de nuestros socios y cata de vinos malagueños ofrecida por el Museo del Vino de Mijas.
- Seminario educativo sobre “networking” dirigido a nuestros miembros ofrecido por Patrick Delaney, director gerente de Ovation Group.

3. Desarrollo

El desarrollo de esta promoción fue muy positivo y el “feed back” de los compradores muy interesante. Se realizaron nuevos contactos a los cuales se les realizará un seguimiento personalizado.

4. Conclusiones

El mercado irlandés está viviendo su época dorada. Grandes empresas multinacionales se han asentado en el país gracias a que no tienen que pagar impuestos. Resaltar empresas de tecnología (Dell, HP, Apple, Microsoft, Intel) y farmacéuticas (Pfiser, Roche, Amgen, Elan).

Esto genera una gran actividad económica que se puede percibir en la misma ciudad de Dublín, una ciudad que se ha quedado pequeña para el gran movimiento empresarial que la rodea. En los años 80 la tasa de paro superaba el 20% y hoy en día no existe.

Según las estadísticas, España está en segundo lugar de la lista de los países más visitados por los irlandeses después de Reino Unido. Dentro de nuestras fronteras, Cataluña es la región más visitada con un 21,8% de la demanda, seguida de Andalucía con un 8,2%.

Irlanda nos considera un país apasionante y los irlandeses tienen un gran conocimiento de nuestro destino. Esto se convierte en una debilidad para la Costa del Sol ya que nos relacionan con un destino de sol, playa y “sangría”. No obstante, la tendencia apunta cada vez más hacia un turismo más sofisticado que busca un valor añadido en la alta gastronomía, la cultura o en las infraestructuras para reuniones y congresos.

Sin embargo debemos ser positivos ya que son más las oportunidades que las amenazas. Existe mucha población con alto poder adquisitivo (abogados, economistas, ingenieros, etc.), grandes empresas dispuestas a realizar sus eventos en nuestro destino y todo aderezado con buenas conexiones aéreas como Aer Lingus, Clickair, Ryanair. A todo esto se une nuestro clima, infraestructuras, etc.

El Patronato de Turismo seguirá invirtiendo dinero y esfuerzos en este mercado. El siguiente paso será visitar a los clientes que asistieron a nuestro evento en Dublín en sus empresas y contactar con todos aquellos que por un motivo u otro no pudieron asistir.

Turismo y Generación Web 2.0 20 junio 2007. Marbella

El Patronato de Turismo participó en la jornada denominada “Turismo y Generación Web 2.0, El Poder de Muchos”, organizada por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, que tuvo lugar el 20 de junio en el Centro de Innovación Turística de Andalucía.

En dicha jornada se impartieron las siguientes ponencias:

- Web 2.0 en el mundo de la distribución turística online.
- The impact of Web 2.0 on the tourist sector.
- La Web social en el mundo turístico. El caso Starwood.
- La sociedad de la información, una sociedad cambiante. La Web 2.0, el poder de muchos.

En estas ponencias se hizo especial hincapié en el concepto Web 2.0 que se refiere a la segunda generación Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios como las sedes sociales, blogs o los wikis, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre usuarios.

Algunos de los datos interesantes que ofrecieron fueron que ocho de cada diez visitantes a Andalucía organizan su viaje de forma individual y más del 50% utiliza Internet para la reserva y contratación de servicios turísticos.

Además, indicaron que a la hora de reservar, los tres conceptos más importantes para los usuarios son, por este orden, precio, disponibilidad y comparación. También señalaron que en el 65% de los casos el hotel es el elemento principal de satisfacción del cliente.

Por último, en relación a la ponencia de la cadena hotelera Starwood, advirtieron sobre el mercado americano como generador de tendencias, en el que el 62% de los viajeros toman decisiones basadas en las opiniones de los demás y que el 85% piensa que la opinión de otros es la publicidad más fiable.

Semana de Andalucía en Munich 22 junio – 1 julio 2007. Munich

1. Acción - objetivo

A petición de Turismo Andaluz, el Patronato de Turismo participó en la acción promocional denominada “Semana de Andalucía en Munich”, evento que tuvo lugar en dicha ciudad durante los días 22 de junio al 1 de julio de 2007.

El objetivo principal del Patronato de Turismo al estar presente en esta acción no fue otro que el dar a conocer al público alemán la amplia oferta del destino Costa del Sol, así como apoyar una promoción directa al público y consumidor final de la oferta andaluza en general y la costasoleña en particular.

2. Formato

El evento tuvo lugar en uno de los principales parques de Munich, Olympia Park, concretamente en una de sus plazas, Coubertine Platz.

El horario del mismo fue:

- De lunes a jueves de 14.00 a 20.30 horas
- De viernes a domingo de 11.00 a 20.30 horas

El diseño fue similar al de la Semana de Andalucía en París, con las casetas ubicadas alrededor de la plaza quedando en el centro de la misma el escenario para las actuaciones y el stand para las degustaciones gastronómicas.

A lo largo del día se fueron alternando diferentes actuaciones: el Cuarteto Maravillas, que proporcionaba un espectáculo callejero con música y actuaciones humorísticas; un grupo de sevillanas que además de bailar en el escenario interactuaba entre el público dando clases de sevillanas; un palmero que ofrecía al público clases de palmas y un dúo de flamenco que ponía el broche final cada día al evento. Por otra parte, todos los días se ofrecieron dos degustaciones gratuitas de vino de jerez y jamón ibérico.

3. Desarrollo

Cada Patronato de Turismo contó con una caseta propia con stand para el material donde los técnicos atendían a los visitantes.

Además, las casetas eran espacios abiertos y estaban conectadas por pares a otra caseta totalmente cerrada en la que el visitante podía realizar un recorrido interactivo para conocer la amplia oferta de Andalucía.

De esta manera, había diferentes espacios con distintas temáticas: actividades deportivas y al aire libre, cultura, playas, gastronomía, etc.

El viernes 22 de junio tuvo lugar la inauguración del evento a la que asistieron diferentes autoridades, entre ellas el consejero de Comercio, Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía quién destacó la importancia del mercado alemán para la comunidad autónoma andaluza. Además, previo a la inauguración, se celebró una rueda de prensa a la que fueron invitados profesionales del sector. Este día la asistencia de público no fue muy alta debido, principalmente, a las malas condiciones meteorológicas. No obstante, la climatología cambió considerablemente durante el primer fin de semana y la asistencia de público fue muy alta, sobre todo el domingo 24 de junio. A lo largo de la semana, concretamente desde el 25 al 28 de junio, la mala climatología hizo que el número de visitantes a la feria fuera escaso. De hecho, el martes 26 de junio la feria permaneció cerrada por razones de seguridad.

A partir del viernes 29 el tiempo mejoró considerablemente haciendo que el público asistente al evento fuera muy numeroso. Esto motivó que el stand de la Costa del Sol contase siempre con gran cantidad de público que se acercaba para conseguir folletos, guías e información concreta del destino. Destacar que para hacer entrega del material del merchandising que llevamos (sombreros y abanicos), se realizaron pequeños concursos en los que se formularon preguntas sobre la Costa del Sol. De esta manera, también se intentaba dar a conocer parte de la oferta menos conocida de la provincia.

Además, se recomendó a los visitantes que nos solicitaban información que visitasen nuestra página web como fuente de información turística, así como los servicios del Contact Center y la agenda semanal.

4. Conclusiones

Tanto el técnico del Patronato que asistió al evento los primeros días como las dos azafatas contratadas para la ocasión, valoraron positivamente este evento ya que ha permitido proporcionar información del destino directamente a los potenciales clientes del destino costasoleño.

Además, muchos de los que visitaron el stand de la Costa del Sol nos confirmaron su intención de visitar nuestro destino próximamente. Indicar también que muchos de ellos se interesaron por viajar a nuestra provincia fuera de la temporada veraniega, especialmente en los meses de abril a junio u octubre-noviembre. Del mismo modo expresaron su intención de realizar visitas al interior así como actividades relacionadas principalmente con la naturaleza, la gastronomía y la cultura.

Por último, señalar que el alemán es el segundo mercado extranjero en importancia para la Costa del Sol. En este sentido, según datos ofrecidos por AENA, las estadísticas muestran que el número de turistas alemanes hasta abril del 2007 comparadas con el mismo periodo del año anterior, han experimentado un incremento del 7,38%, siendo 57.722 los turistas alemanes que han visitado nuestro destino hasta la fecha.

1st Invitational Costa del Sol Golf Cup for European Ladies
28 junio – 1 julio 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo llevó a cabo una promoción denominada “1st Invitational Costa del Sol Golf Cup for European Ladies”, iniciativa que partió de la rama empresarial de la Costa del Sol y el Convention Bureau, departamento especializado en reuniones, eventos e incentivos del ente promocional costasoleño.

Esta acción se realizó con el objetivo de mostrar un destino creativo, con imaginación, con buenas infraestructuras, un clima inmejorable y de fácil acceso. La Comisión de Trabajo integrada por el Convention Bureau, los hoteles Puente Romano y Gran Meliá Don Pepe, los DMC's Técnica Incentives y Libertad Incentives y la empresa de alquiler de palos de golf Test and Rent, diseñó un programa de actividades combinando los mejores atractivos del destino de cara a la promoción de la Costa del Sol-Andalucía como producto MICE.

Se trata de un evento único en Europa ya que ningún otro destino en el contexto europeo ha sido noticia por promocionar su oferta de reuniones e incentivos bajo un torneo de golf dirigido en exclusividad a mujeres meetings planners. Como complemento al torneo de golf, que se celebró en La Cala Golf Resort, las participantes de esta acción promocional pudieron disfrutar de tratamientos de belleza en el spa del hotel Selenza, de una feria del vino y de la gastronomía de Andalucía en el Museo del Vino de Mijas, de un cocktail en la boutique de Loewe en Marbella y de una cena de gala en la exclusiva Villa del Mar del hotel Marbella Club.

La organización hizo especial énfasis en la captación de compradores corporates y casas de incentivos en el continente europeo, llevando a cabo un estricto proceso de selección de las mismas. En algunos mercados se detecta un crecimiento muy destacado de mujeres con capacidad de decisión en sus empresa. Reino Unido y Alemania son un claro ejemplo.

Un grupo de 23 compradoras, con un importante volumen de negocio y procedente de Europa, fue el resultado de más de seis meses de trabajo en la organización de esta acción promocional. Los clientes de estas casas de incentivos están relacionados con los sectores de finanzas, seguros, automoción, textil, alimentación, laboratorios, tecnologías de la información y cosmética.



III Open Internacional Amateur Costa del Sol 28 julio 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo participó junto a Golfspain.com en el III Open Internacional Amateur Costa del Sol celebrado el día 28 de julio en el Club de Golf La Quinta. En dicho torneo colaboraron Iberia, AVE, Junta de Andalucía y la Real Federación Andaluza de Golf.

El ganador absoluto de la competición fue Thierry Van Doren, un jugador belga con handicap 4,4 que logró completar el recorrido con 73 golpes, 2 sobre el par del campo. Thierry hizo la mejor vuelta con un eagle en el hoyo 15 del torneo, 6 del campo C, un par 4 con dogleg a la derecha. El jugador belga embocó el segundo golpe con un hierro 4, completando el recorrido con 2 birdies y 10 pares.

El complicado recorrido de La Quinta presentaba un aspecto inmejorable con los greens en buenísimas condiciones, siendo el calor el protagonista de la jornada ya que la brisa habitual de la zona no se dejó notar. Los birdies no se prodigaron, lo que da idea del desafío que supuso el torneo. Se contabilizaron un total de 12.

En el evento participaron un centenar de jugadores de diferentes nacionalidades como británicos, alemanes y belgas entre otros y, por supuesto españoles, algunos de ellos procedentes de clubes de golf del centro y norte de España. La competición se jugó bajo la modalidad medal play y el nombre del ganador scratch se grabó en el trofeo especial diseñado para el evento.

La entrega de premios estuvo presidida por el director del Área de Golf del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, el delegado en Andalucía de Golfspain.com y por el director gerente del Club de Golf La Quinta.

Por último, decir que el Open Amateur Costa del Sol se está convirtiendo en uno de los torneos más prestigiosos del calendario andaluz.

Encuentro con la Prensa 1 agosto 2007. Moscú

Más de una veintena de periodistas representantes de otros tantos medios de comunicación, asistieron al primer Encuentro con la Prensa celebrado en Moscú a iniciativa del Patronato de Turismo de la Costa del Sol que contó con la colaboración de la cadena periodística MK, líder de ventas de prensa en Europa, así como Comunicaciones Rusas en España, cuya delegación en nuestro país se encuentra en Fuengirola.

Esta iniciativa, que el Patronato de Turismo ha venido desarrollando en otras ciudades españolas y europeas como Madrid, Barcelona, Londres, París, etc., fue muy bien acogida en la capital de Rusia, como lo demuestra el hecho de que estuvieran presentes los más importantes editores y directores de diferentes publicaciones tales como la revista de a bordo de la compañía aérea Aeroflot, "Vokrugs Sveta", "RBK", "National Geographic", "Avtomir", "Delovye Liudi", "Golf Digest", "7dney", etc.

El acto consistió en una cena que tuvo como marco el famoso club social-restaurante Petrovich de la ciudad moscovita, pleno de ambiente relacionado con la profesión periodística, ya que su propietario es un reconocido autor de viñetas. Los asistentes pudieron visionar un vídeo de la Costa del Sol con textos en ruso y se les hizo entrega de un dossier de prensa en dicho idioma, al margen de distinto material promocional.

La cena se prolongó durante varias horas y en el transcurso de la misma se comentaron distintos aspectos del flujo turístico de Rusia a España y en concreto a la Costa del Sol, que en la actualidad y tras un ligero descenso en los últimos dos años, está recuperando este mercado emergente, como lo demuestra el hecho de que en lo que va de año el número de visados emitidos por las autoridades españolas para viajar a España (buena parte de los mismos con destino a la provincia de Málaga) se ha incrementado un 31% con respecto a 2006.



Campeonato de España de Dobles APG-Valle Romano 23 – 25 agosto 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo colaboró con la decimoctava edición del Campeonato de España de Dobles APG-Valle Romano que tuvo lugar en el Campo Sur de La Cala Resort que acogió este evento.

El Campeonato de España de Dobles APG-Valle Romano cumplió 31 años aunque sólo se han jugado 18 ediciones, celebrándose la primera en 1976. Posteriormente sufrió varios parones pero gracias al apoyo de los patrocinadores, se viene celebrando ininterrumpidamente desde el año 2002.

Se seleccionaron 80 parejas de profesionales y entre los más renombrados se encontraban jugadores que participaron en el Ryder Cup como Miguel Ángel Jiménez, Ignacio Garrido y Manuel Piñero.

La consolidación de este campeonato en la Costa del Sol ha contribuido a potenciar el turismo de golf en la zona a nivel nacional, no sólo por la repercusión mediática generada por distintos medios de comunicación sino por la publicidad llevada a cabo por los profesionales de golf participantes en el torneo.

“Málaga de Picasso” en Dublín 30 agosto – 1 septiembre 2007. Dublín

“Málaga de Picasso”, integrada por cinco instituciones y entidades andaluzas (Ayuntamiento de Málaga; Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Málaga; Patronato de Turismo de la Costa del Sol; Turismo Andaluz y Unicaja), pusieron en marcha esta iniciativa al objeto de promocionar la ciudad de Málaga, su cultura, gastronomía y tradiciones en las principales ciudades del mundo. En esta ocasión el evento tuvo lugar en Dublín para lo cual contamos con la colaboración de Aer Lingus y la Oficina Española de Turismo en Dublín.

Este evento está diseñado para transmitir información básica sobre la ciudad de Málaga al consumidor final y para ello se utilizaron los principales medios de comunicación de Irlanda: radio, prensa y televisión.

Durante tres días la mítica Round Room de The Mansion House, lugar donde se firmó el acto de independencia de la República Irlandesa situado en el mismo corazón de la ciudad, acogió diversos actos relacionados con Málaga y su entorno.

El acto inaugural de “Málaga de Picasso en Dublín” comenzó con un almuerzo privado en el restaurante Fire, dentro del prestigioso complejo The Mansion House, ofrecido a los TT. OO., agencias de viajes, mayoristas, profesionales del sector turístico y representantes de los principales medios de comunicación irlandeses.

Posteriormente se procedió a la inauguración oficial y a la presentación del vídeo “Picasso vive aquí” que fue seguida por la actuación de un show flamenco a cargo de la compañía Batana.

Esta acción promocional incluyó una exposición fotográfica sobre Málaga y Pablo Ruiz Picasso, con una selección de fotos tomadas por el artista Gyenes al pintor malagueño cedidas por la Fundación Picasso; show flamenco con seis actuaciones diarias de 20 minutos de duración; catas de vinos realizadas por el profesional Pablo de los Riscos y la veneniciadora Chantal Armananzas, que acudieron a este evento por gentileza del Consejo Regulador de Málaga así como degustaciones gastronómicas y de vinos de nuestra tierra. Todo ello tuvo contó con una gran aceptación por parte del público asistente.

Asimismo, se dedicó una zona para los niños con en un gran panel donde pudieron dibujar y escribir, así como entretenimientos como mini golf y pinturas de cara.

En cuanto a los stands, distribuido de forma circular, hubo un total de 10 destinados a los profesionales, TT. OO. y socios del Patronato de Turismo. Por parte de los profesionales irlandeses estuvieron representados Budget, Falcon, Panorama, Sunworld, Sunway, Aer Lingus y Stein. En el caso de la Costa del Sol acudieron Alanda Club Marbella, Ayuntamiento de Estepona, hotel Beatriz Palace, Serhs Tourism, Topsu & Golf (Viajes Benamar) y Ultramar Express.



En el centro de la exposición se dispuso un stand circular dedicado a “Málaga de Picasso” con merchandising propio del evento y de las cinco instituciones malagueñas integrantes del convenio. Parte de este stand se destinó a la degustación gastronómica y de vinos a cargo de Mila Santorino, quien entregaba y explicaba recetas típicas de la gastronomía malagueña.

Además, se realizaron varios sorteos diarios a través de radio y prensa consistentes en un viaje para dos personas a la ciudad de Málaga. Igualmente, a la salida del recinto se entregaba al visitante un cuestionario que, a la vez que nos ayuda a conocer las necesidades del turista irlandés y su conocimiento sobre nuestro destino, entraba en el sorteo de un viaje a la capital costasoleña.

La gran aceptación por parte del público y la puesta en escena de todo el contenido hizo de este evento un gran éxito. Los visitantes disfrutaron del decorado, ambiente y degustación gastronómica y participaron en todas las actividades programadas como la cata de vinos, llena en todas las sesiones. Asimismo el show flamenco fue del agrado de nuestros visitantes tanto que, incluso, esperaban a la siguiente actuación para poder verlos otra vez.

En cuanto al objetivo final, se ha conseguido notablemente al hacer llegar al público la idea de que la ciudad de Málaga no es sólo un destino de sol y playa sino que también tiene una gran riqueza gastronómica y cultural. Se les ha mostrado una nueva ciudad por descubrir como destino de city break con una oferta cultural prácticamente desconocida por los invitados al evento, todo ello basado en la figura del artista más universal que ha dado esta tierra, Pablo Ruiz Picasso.

Por último, añadir que el gran despliegue de los principales medios de comunicación irlandeses contribuyó en gran parte al éxito de este evento.



Reunión Ayuntamiento de Carratraca-Patronato de Turismo de la Costa del Sol 11 septiembre 2007. Carratraca

Dentro del marco de actuación iniciado desde el Departamento de Marketing Nacional del Patronato de Turismo de la Costa del Sol con el objetivo de mantener un contacto fluido con los responsables de turismo de los diferentes municipios así como con los grupos de desarrollo rural de la provincia, se celebró una reunión con los responsables del Ayuntamiento de Carratraca a la que asistieron Oscar Román Pérez, alcalde presidente; Francisco Duque Fernández, primer teniente de alcalde y concejal de Turismo y un técnico del Patronato de Turismo.

Durante este primer contacto, el Patronato de Turismo realizó una presentación-exposición para explicar qué es el Patronato, sus funciones y objetivos en relación con los pequeños y medianos municipios del interior de nuestra provincia, enfocado especialmente en la promoción en las diferentes ferias de los atractivos de la Málaga Interior como podría ser el caso de Carratraca.

Por parte de los responsables municipales de los recursos turísticos que posee el municipio, desde alojamientos, restauración, rutas de la naturaleza, etc. dicen no tener apenas desarrollada ninguna oferta complementaria para su principal activo que es el balneario de aguas sulfurosas y el hotel de alto standing anexo al mismo, instalaciones que están a punto de poder abrirse al público en un futuro inmediato. Se les planteó la necesidad de poner en valor un paisaje de una gran belleza mediante la definición de rutas, un medio ambiente en general bien conservado y, muy especialmente, el núcleo del municipio que tiene una trama urbana de gran singularidad. Cuenta con una protección de la Administración Cultural al estar declarado como Bien de Interés Cultural.

Los responsables municipales mostraron un gran interés en acercarse al Patronato de Turismo de la Costa del Sol e, incluso, hacerse socios. En este sentido, se les ofreció toda la información relativa a los trámites necesarios para ello y se les recalcó las ventajas de ser socios del Patronato de Turismo aunque, aún sin serlo, el Patronato va a tenerlos siempre en cuenta en sus acciones promocionales.

En definitiva, se abre una vía fluida de comunicación entre el municipio y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol que puede aportar beneficios recíprocos de cara a la promoción de este interesante municipio y sus posibilidades con respecto al turismo.

Reunión Área de Desarrollo Local de la Diputación
Provincial, GDR y Patronato de Turismo
12 septiembre 2007. Pizarra

Dentro del marco de actuación iniciado desde el Departamento de Marketing Nacional del Patronato de Turismo de la Costa del Sol con el objetivo de mantener un contacto fluido con los responsables de turismo de las diferentes municipios así como con los grupos de desarrollo local de la provincia de Málaga, el día 12 de septiembre tuvo lugar una reunión con los siguientes puntos en el Orden del Día:

1. Revisión del calendario de las ferias a las que asistirá el Patronato de Turismo de la Costa del Sol.
2. Estudio de propuestas de colaboración en Ruta Omar Ibn Hasfsun.
 - Impresión del folleto
 - Displays
 - Promoción
3. Situación de la Comisión de Turismo de Interior en el Patronato de Turismo.
 - Folletos de los GDR de la provincia
 - Señalización de las rutas
4. Otros asuntos de Málaga del Interior.

Asistentes:

- Marta Ladrón – CEDER Axarquía
- Inma Reina – GDR Guadalhorce
- Sebastián Hevilla – GDR Guadalhorce
- Santos Cruces – ADR Nororma
- Antonio Bonilla – ADR Nororma
- Miguel Ángel Mateo – Serranía de Ronda
- Francisco del Río – GDR Sierra de las Nieves
- Ana González – Diputación Provincial de Málaga
- Pilar Pedraza – Patronato de Turismo de la Costa del Sol
- Roque Carmona – Patronato de Turismo de la Costa del Sol

La reunión, de acuerdo con el Patronato de Turismo de la Costa del Sol y la Diputación, fue convocada por Antonio Bonilla, de Nororma, en nombre de los siete grupos de Desarrollo Locales.

Por parte del Patronato de Turismo se propuso la necesidad de coordinación y actuación de modo unitario y concertado en todas las acciones de promoción, especialmente en ferias con el fin de lograr un objetivo común de promoción de la provincia de Málaga. Esto sería válido no sólo para los GDR sino también para la propia Diputación, por lo que a esta reunión asistió un representante del Área de Recursos e Iniciativas Locales.

Por parte de los GDR se manifestó el interés en asistir conjuntamente con el Patronato de Turismo a las acciones que tengamos programadas. Solicitaron información sobre las Jornadas Profesionales en Lisboa, por lo que un técnico del Patronato les facilitó detalladamente el contenido de las mismas.

En el transcurso de esta reunión se acordaron las siguientes cuestiones:

- **Propuestas para el Plan de Acción 2008.** Por parte del Patronato de Turismo se solicitó a los diferentes GDR que aportasen, antes de finales de año, propuestas de acciones promocionales que consideren oportunas para estudiar su posible inclusión en el Plan de Acción del Patronato de Turismo para el 2008.
- **Creación de una Comisión de Turismo Interior.** Los GDR propusieron la creación de esta comisión en el seno del Patronato.
- **Subvención de display para folletos-plotter.** Los GDR proponen que el folleto de la Ruta de Omar Ibn Hafsun se distribuya en las ferias a las que asista el Patronato de Turismo. En este sentido, se acuerda que el Patronato mejore el diseño de dicho folleto y que se realice una tirada de la cual el Patronato asumiría el coste de la parte que distribuya en sus promociones y el resto de la tirada, que difundirán los GDR, estaría financiada por éstos últimos.
- **Estudio creación Central de Reservas para el interior.** Se propone la creación de una Central de Reservas y, para ello, el Patronato se pondrá en contacto con Santos Fernández, responsable de una central de este tipo, para obtener la información necesaria sobre su funcionamiento con el fin de exponerla en una próxima reunión.
- **Reuniones periódicas.** Se acuerda mantener reuniones con mayor frecuencia, siendo la próxima el 9 de octubre en Archidona.
- **Envío de informes ferias de Turismo Rural de los últimos dos años.** El Patronato de Turismo se comprometió a enviar a estos siete grupos dichos informes en los próximos días.
- **Jornadas 2008 con los siete GDR y con empresarios implicados en el turismo de interior.** Las tres partes presentes se comprometieron a organizar estas jornadas para lo cual en las próximas reuniones se creará un comité que se hará cargo de su organización.



- **Participación en ferias.** El Patronato de Turismo propuso que un representante de los siete grupos asista a las ferias en las que participe el Patronato, haciéndose cargo el mismo de los gastos de estancia y los grupos sufragarían los viajes.

Por parte del Patronato de Turismo se comentó el papel que, a su juicio, deben desempeñar los técnicos en las ferias, especialmente la captación de clientes.



Premio National Gallery Londres 14 septiembre 2007. Málaga-Costa del Sol

A principios del mes de agosto de 2007, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol recibió una petición de colaboración por parte de Turismo Andaluz consistente en el ofrecimiento de un premio a sortear entre dos de los visitantes de una exposición del pintor Velázquez, que tuvo lugar en 2006 en la National Gallery de Londres.

El premio consistió en una estancia en la capital malagueña así como en la realización de una serie de actividades, por lo que los ganadores de este concurso pudieron disfrutar de un recorrido guiado por la capital costasoleña, por cortesía del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, además de una visita al Museo Picasso ofrecida por el Patronato de Turismo.

Además, se les hizo llegar al hotel una carta de bienvenida y una bolsa con material promocional del destino.

Según el feedback obtenido, los invitados quedaron encantados con la visita y con los servicios prestados.

II Sol Danish Cup 16 – 19 septiembre 2007. Málaga-Costa del Sol

La Costa del Sol acogió durante los días 16 y 19 de septiembre el II Torneo Sol Danish Cup organizado por el Patronato de Turismo. Esta segunda edición ha superado con creces las expectativas previstas pues ha tenido un mayor éxito, si cabe, que la celebrada anteriormente en territorio danés.

Este evento, organizado por el Patronato de Turismo de la Costa del Sol, ha contado con la colaboración de Turespaña, a través de su Oficina Española de Turismo de Copenhague, así como con el apoyo de Turismo Andaluz y la Real Federación Andaluza de Golf, y ha tenido además la inestimable colaboración de los socios del ente promocional relacionados con el segmento de golf.

El Costa del Sol Danish Cup son unas jornadas de convivencia entre empresarios y directivos de campos de golf de nuestra zona y representantes de los principales TT. OO. y medios de comunicación de este importante segmento turístico, el cual se celebra alternativamente en Dinamarca y la Costa del Sol cada año.

El torneo tuvo lugar el día 17 de septiembre en el campo de golf El Chaparral de Mijas Costa donde, después del juego y durante la entrega de premios, tuvo lugar un almuerzo en el que se debatieron numerosos temas relacionados con la situación actual del mercado danés y las diferentes opciones para aumentar el flujo de visitantes de esta nacionalidad que practican golf hacia nuestro destino. La ceremonia de entrega de premios contó con la presencia del presidente del Patronato de Turismo, así como su gerente y técnicos de la entidad.

A los TT. OO. daneses que participaron en este torneo, se les organizó un programa de visitas a diferentes campos de golf como La Cala Resort, Finca El Cortesín y La Quinta Golf Club, y a hoteles de la zona como el hotel Guadalmina Spa & Golf Resort, en el cual se alojaron durante su estancia. También en estas jornadas pudieron disfrutar de nuestra excelente gastronomía.

La expedición danesa estuvo formada por representantes de las compañías Billetkontoret, Bravo Tours, Bounty Club, Green Club Travel, My Travel y Tee Off-Rejsegalleriet así como por representantes de la OET de Copenhague.

La celebración de este torneo no hubiera sido posible sin la inestimable colaboración de Santa Clara Golf, Montemayor Golf, Baviera Golf, Los Naranjos Golf, La Duquesa Golf, Doña Julia Golf, Calanova Golf, Alhaurín Golf, Finca El Cortesín, La Cala Resort, hotel Almenara, Golf Hotel Promotions, Viajes Celtic y Golfspain.

Hacer mención expresa al Club de Golf El Chaparral por ofrecernos sus instalaciones por cortesía para el desarrollo de este evento y al hotel Guadalmina Spa & Golf Resort por la cena ofrecida por cortesía como despedida de esta acción.

I Sol Swedish Cup 20 – 22 septiembre 2007. Málaga-Costa del Sol

Durante los días 20 al 23 de septiembre, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol organizó la primera edición del Sol Swedish Cup, acción promocional en la que participaron representantes de los principales TT. OO. de golf de Suecia así como empresas y campos de golf de nuestra zona.

Esta ha sido la primera edición de este torneo de golf que nace con vocación de continuidad y, así, la próxima tendrá lugar en Suecia, en el campo de Arlanda a las afueras de Estocolmo, campo sede del Escandinavian Masters. Este formato ya funciona muy bien en otros mercados como Irlanda y Dinamarca razón por la cual se ha trasladado al mercado sueco.

En esta promoción contamos con la colaboración de Turespaña, a través de la Oficina Española de Turismo en Estocolmo, además de la inestimable ayuda prestada por un gran número de empresas asociadas al Patronato de Turismo, que facilitan que toda esta actividad promocional se pueda llevar a cabo.

El torneo tuvo que cambiar de escenario por cuestiones climatológicas y se celebró en la Finca Cortesín en Casares. Una vez que concluyó el mismo, se celebró un almuerzo en el campo de golf Santa Clara que fue seguido por la entrega de premios en la que intervinieron los capitanes de ambos equipos, así como el responsable del Área de Golf de Patronato de Turismo.

A los TT. OO. suecos participantes en el torneo, se les organizó además un programa de visitas a diferentes campos de golf de la zona como Santana Golf y La Cala Resort de Mijas. Durante su estancia estuvieron alojados en el hotel AGH de Estepona.

La expedición sueca estuvo formada por las siguientes empresas: Golf Tours, Golf Joy Travel, Tury Golf, Fairways Touting AB, Travel Point, Travel With Us, Tours & Travel, Hironnelle Travel, Eriks of Sweden, Koppsnurr y Los Naranjos Travel Service.

Hay que destacar la activa colaboración de diferentes empresas costasoleñas en esta acción promocional como La Duquesa Golf, La Cala Resort, La Quinta Golf, Antequera Golf Hotel, Atalaya Golf Resort, Almenara Golf Hotel, Santa Clara, Finca Cortesín, El Chaparral, Calanova Golf, Los Naranjos, Reserva de Sotogrande, Montemayor Golf, La Cañada Golf y las empresas Viajes Celtic, Polacci Promotions, Golfspain.com y las instituciones Real Federación Andaluza de Golf y el Ayuntamiento de Estepona.

El éxito de esta acción promocional no hubiera sido posible sin la colaboración del Club de Golf Finca Cortesín que nos ofreció sus instalaciones por cortesía para el desarrollo de este evento y de La Cala Resort que nos obsequió con el almuerzo del sábado día 22 en su casa club.

Semana de Andalucía en Lisboa 20 – 30 septiembre 2007. Lisboa

Siguiendo el Plan de Acción propuesto por Turismo Andaluz para el último trimestre del año y bajo la denominación “Semana de Andalucía”, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol estuvo presente en la capital lusa junto al resto de Patronatos de Turismo andaluces.

La acción promocional, que fue inaugurada por el consejero de Turismo de la Junta de Andalucía así como por los directores de los distintos Patronatos de Turismo y la directora de la Oficina Española de Turismo en Lisboa, tuvo lugar en el Parque Eduardo VII, en la Plaza del Marqués de Pombal.

Las actividades organizadas incluyeron clases de flamenco con Eduardo Rebollar, canto flamenco, sevillanas, animación y degustaciones de jamón de Huelva, vino de Jerez y tapas andaluzas. Todo ello atrajo a un gran número de público aunque, debido a que la ubicación no era la más idónea al no ser la Plaza del Marqués de Pombal un lugar de paso, no nos visitaron tantas personas como se esperaban en un principio.

Los visitantes se mostraron muy interesados en la información turística ofrecida en las carpas, así como en las clases de flamenco y las degustaciones gastronómicas.

Por otra parte también tuvieron muy buena acogida las jornadas gastronómicas ofrecidas por el restaurante sevillano “Modesto” en el hotel Sheraton, a las que pudieron acudir tanto medios de comunicación como público en general.

En líneas generales podemos estar satisfechos con el resultado de esta acción ya que, además de reforzar nuestra presencia en el país vecino, tuvimos ocasión de reunirnos con la directora de la OET de Lisboa al objeto de tratar futuras promociones. Además, durante la mañana del 27 de septiembre se realizó una presentación de nuestra nueva página web y del Contact Center al personal de la OET de Lisboa.

Jornada Informativa del Centro Europeo del
Consumidor en España
26 septiembre 2007. Málaga

El Centro Europeo del Consumidor y la Dirección General de Consumo de la Comunidad Autónoma de Andalucía organizaron una Jornada Informativa en colaboración con la Organización de Tiempo Compartido de España (OTE). Dicha jornada, que tuvo lugar el 26 de septiembre en el salón de actos de Turismo Andaluz, estaba dirigida al personal de los servicios públicos de atención directa a los consumidores y turistas españoles y europeos, con el fin de informarles sobre las prácticas comerciales desarrolladas por algunas empresas de clubes de descuento de vacaciones y de reventa de tiempo compartido que operan principalmente en la Costa del Sol y las Islas Canarias.

Los ponentes fueron; D^a M^a Luz Peñacoba, directora Proyecto CEC; D^a M^a Jesús Rodríguez, gerente OTE España y D. Alberto García del Proyecto "Enforcement".

Tiempo Compartido

El sector de tiempo compartido existe desde hace más de 25 años y actualmente genera unos ingresos superiores a los 9.400 millones de dólares al año. Hoy en día son 6,7 millones los propietarios de tiempo compartido en todo el mundo, de los cuales más de millón y medio residen en Europa. Las características del tiempo compartido son las siguientes:

- Producto vacacional no inmobiliario
- Servicio de vacaciones de alto nivel
- Tiene un límite de tiempo (entre 3 y 50 años)
- Posibilidad de intercambiar las semanas en complejos en cualquier lugar del mundo
- Regulado en España por la Ley de Aprovechamiento por turno de bienes inmuebles.

España es el primer país europeo en ventas de Tiempo Compartido, siendo Canarias el principal destino seguido por la Costa del Sol.

En nuestro país existen 2.200.000 usuarios de los cuales el 50% son británicos. El gasto de estos turistas en Tiempo Compartido es de 996 millones de euros al año y una estancia media de 10 noches.

En la Costa del Sol se ubican 92 complejos (28% del total nacional) con 755.000 usuarios. Gastan 1.537 euros por grupo (3 personas) y estancia, con una media de 9,6 noches.

Clubes de Descuento de Vacaciones

Se trata de actividades fraudulentas en las que se opera principalmente a través de OPC's (Off Premises Commercial), que son agentes comerciales que se dedican a captar clientes en la calle acosándoles con unas prácticas agresivas de ventas. Estos agentes les ofrecen a los turistas unas prestaciones engañosas como un 70% de descuento en las vacaciones, "cashback", y vinculan la reventa de Tiempo Compartido al Club de Descuento. Realizan prestaciones de productos fantasma donde, en un porcentaje muy alto, los clientes terminan pagando por anticipado y firmando un contrato.

Concretamente desde Marbella a Torremolinos hay 40 OPC's que se dedican a captar clientes en la calle. Normalmente utilizan el sistema de las tarjetas "rasca-rasca" y los llevan a una de las dos oficinas ubicadas en Mijas en la calle Río Darro (DW Vacation Club-Timelix y The Club Class Holiday), ambas con licencia de agencia de viajes pero con prácticas ilegales como los ticketeros, OPC's, etc. Una vez allí les convencen para que firmen un contrato y paguen una alta cantidad de dinero como depósito con tarjeta de crédito.

En el seminario pudimos visualizar un vídeo del programa "Espejo Público" emitido este verano en Antena 3, basado en las malas prácticas de estas empresas donde se puede ver claramente cómo estafan a sus clientes prometiéndoles un descuento en sus vacaciones de entre un 30% y un 70%, utilizando links a páginas web comerciales que no tienen conocimiento de este club. Les hacen pagar alrededor de 45.000 euros en el mismo día de la firma del contrato pagando, además, una cuota de entre 100 y 200 euros.

Cifras

En 2006 los británicos fueron estafados por la cantidad de 5.206 millones de euros de los cuales 1.740 millones de euros fueron por parte de los clubes de descuento, lo que supone un porcentaje del 33,42%, es decir, un total de 400.000 víctimas y una cantidad de 4.500 euros por familia estafada.

Repercusiones

Perjudica la imagen turística española y repercute en la llegada de turistas así como a la reputación de las autoridades españolas y finalmente al propio sector de tiempo compartido.

Como solución a este problema, se sugiere que las instituciones locales y regionales como Ayuntamientos (Concejalías de Turismo) y Consejerías de Turismo se impliquen más en realizar una serie de inspecciones periódicas a estas agencias con actividades ilegales y fraudulentas.

En caso de recibir cualquier queja de este tipo de conflicto, se debe remitir al Centro Europeo del Consumidor y nunca a Key Property Advisory, agencia que se dedica a recibir ilegalmente los formularios de quejas de los clientes afectados por este tipo de fraude, según nota informativa que exponemos a continuación.

Nota Informativa sobre Key Property Advisory – Madrid, 17 de septiembre 2007

La presente nota tiene como finalidad informar sobre la relación del Centro Europeo del Consumidor de España (CEC) con la firma Key Property Advisory. Esta compañía, radicada en la Costa del Sol española y dedicada a la asistencia a consumidores en caso de conflictos con empresarios, ha estado remitiendo al CEC por correo electrónico un alto número de casos de reclamaciones sobre clubes de vacaciones y reventa de tiempo compartido pertenecientes a clientes suyos del Reino Unido. Los casos fueron remitidos utilizando el formulario oficial de la Comisión Europea, con el sello de la empresa y sin más explicación de la relación de nombres de los reclamantes. Puestos en contacto con Kay Property Adivsory, se nos informó de que el objeto de dicho envío era meramente informativo, a los efectos de una posible transmisión de información a las autoridades para su conocimiento. Por su parte el CEC señaló a la empresa que debía abstenerse de utilizar el formulario oficial de la Comisión Europea, ya que su uso estaba previsto para que los consumidores individuales contactaran directamente con las autoridades y Centros Europeos del Consumidor sin intermediarios ni siquiera oficiosos, como podría ser el caso de Key Property Advisory.

Pasado un tiempo razonable y ante la sospecha continuada de un mal uso tanto del formulario como de las competencias y funciones del Centro Europeo del Consumidor por parte de la firma Key Property Advisory, el CEC español contactó nuevamente con la empresa y le exigió el cese de toda practica que tuviese alguna relación con nuestras funciones, así como que aclarase ante sus clientes que en ningún momento han recibido autorización del CEC de España para actuar en nuestro nombre ni con nuestra colaboración. En consecuencia, Key Property Advisory se comprometió a informar a sus clientes de la situación a través de su página web en el plazo de una semana.

Hasta la fecha, la empresa ha incumplido su compromiso por lo que, ante la gravedad de los hechos, el CEC desea poner en conocimiento de los posibles afectados los hechos relatados. Por su parte, el CEC ha informado de la situación a la red europea de Centros Homólogos, ECC-net, a su Institución tutelar, al Instituto Nacional de Consumo y a la Comisión Europea para la adopción de las medidas de prevención o sanción oportunas, si tal fuera el caso.

Presentación Página Web 27 septiembre 2007. Lisboa

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol, dentro de su proyecto de presentación de la página web www.visitacostadelSol.com, se desplazó a Lisboa durante los días 26 y 27 de septiembre con el objetivo de dar a conocer los contenidos de la misma al personal de la Oficina Española de Turismo de Lisboa. Otro de los objetivos de esta acción fue presentarles el Contact Center, conocer sus impresiones sobre nuestra web y recabar sugerencias sobre qué necesitarían que apareciera en ella para facilitar su trabajo.

2. Formato

La presentación se llevó a cabo en las instalaciones de la OET de Lisboa y a ella acudieron un total de seis trabajadores. Aunque hasta Lisboa llevamos un ordenador portátil y un proyector, la presentación se hizo en un ordenador de la OET por petición expresa de la directora de la misma.

3. Desarrollo

A petición de la directora de la OET de Lisboa, no sólo se realizó una presentación sino que fuimos presentando la página web a los trabajadores de dos en dos a fin de no paralizar el trabajo diario de la oficina por lo que, finalmente, fueron tres las presentaciones realizadas en dicha OET. La primera se realizó a dos becarios relacionados directamente con la información turística; la segunda se hizo a un trabajador especializado en información turística y a la responsable de contabilidad y la tercera estuvo dirigida a la responsable de prensa y a la responsable de agencias de viajes.

En todas las presentaciones se hizo un repaso por los contenidos de la página web, haciendo especial hincapié en el Contact Center, agenda de actividades, turismo temático, guías turísticas y el área profesional. Sin embargo, con el primer y segundo grupo, personas relacionadas con información turística, se incidió en el Contact Center y en el área turística. En la última presentación destinada a personas relacionadas con prensa y agencias de viajes, estuvo enfocada en el Contact Center y en el área profesional.

La presentación fue muy interesante ya que valoraron en gran medida que nos desplazáramos hasta sus oficinas para tener este encuentro y presentarles nuestro

trabajo, así como el hecho de contar con ellos para que nos den su opinión sobre la página web.

Las personas encargadas de la información se mostraron muy interesadas en el Contact Center y nos garantizaron que a partir de ahora iban a desviar muchos turistas a este servicio y que ellos mismos lo utilizarían para su trabajo. Solicitaron la posibilidad de crear unas tarjetas de presentación tanto de la página web como del Contact Center para que ellos pudieran entregársela a los turistas interesados en nuestro destino.

Asimismo, nos comentaron que la principal consulta de los portugueses era cómo desplazarse de un sitio a otro de la provincia: comunicaciones, transportes, etc. por lo nos propusieron la inclusión en nuestra web de un buscador de rutas, además de solicitarnos que la agenda de actividades se publicase con mayor antelación ya que los portugueses planifican sus viajes con mucho tiempo. En este sentido, les recomendamos la Guía de Fiestas Populares.

Por su parte, la persona encargada de prensa se mostró muy interesada en el área profesional, en la sección de estudios, notas de prensa y sobre todo en la base de datos de fotografías. Nos aseguraron que ellos tienen muy pocas fotografías de Málaga y la Costa del Sol por lo que utilizarán nuestra base de datos de fotografías.

También les llamó mucho la atención el hecho de que la Costa del Sol cuente con un amplio abanico de segmentos turísticos, hasta un total de 27, que rompen con la idea de destino de sol y playa. Alabaron el hecho de que la página web destaque el turismo temático así como la guía del Museo Picasso para ofrecer la imagen de una Málaga más cultural. También les llamó la atención el apartado sobre “turismo gay” y nos comentaron que se pondrán en contacto con la agencia Saga, especializada en turismo gay, al objeto de informarles sobre la oferta de este tipo de turismo en la Costa del Sol.

Otra cuestión de su agrado fue el hecho de que la plaza de toros de Torremolinos estuviese estudiando la posibilidad de no matar al toro en las corridas celebradas en dicha plaza ya que en Portugal está prohibido el sacrificio del animal.

Finalmente, solicitaron la traducción de la página web al portugués y la inclusión de un estudio sobre el mercado portugués en el apartado de “Estudios”.

4. Conclusiones

Consideramos que la iniciativa de presentar la página web a las diferentes OET's ha resultado todo un éxito ya que en todo momento se ha valorado esta iniciativa que ayuda a que se conozca mejor el contenido de nuestra página web. Se han podido escuchar iniciativas y propuestas y se ha dado a conocer el Contact Center así como todos los servicios de la misma, obteniendo un buen feedback en cada una de las presentaciones.

Reunión Técnicos de Turismo de los GDR y
Patronato de Turismo de la Costa del Sol
9 octubre 2007. Archidona

Dentro del marco de actuación iniciado por el Patronato de Turismo al objeto de mantener un contacto fluido con los responsables de turismo de los diferentes municipios y grupos de desarrollo rural de la provincia de Málaga, tuvo lugar una reunión con el siguiente Orden del Día:

1. Propuesta de los Grupos de Desarrollo Local para incluir en el Plan de Actividades del Patronato de Turismo.
2. Calendario de actuaciones propuestas y fórmulas entre instituciones.
3. Comisión de Turismo de Interior en el Patronato.
4. Otros asuntos de Málaga interior.
5. Folletos de los GDR de la provincia.

Asistentes:

- Marta Ladrón – CEDER Axarquía
- Inma Reina – GDR Guadalhorce
- Isaac Carrasco Gambero – Consorcio Guadalteba
- Antonio Bonilla – ADR NORORMA
- Miguel Ángel Mateo – Serranía de Ronda
- Francisco del Río – GDR Sierra de las Nieves
- Pilar Pedraza – Patronato de Turismo de la Costa del Sol
- Roque Carmona – Patronato de Turismo de la Costa del Sol

La reunión, de acuerdo con el Patronato de Turismo y la Diputación, fue convocada por Antonio Bonilla de NORORMA en nombre de los siete Grupos de Desarrollo Local.

En la reunión celebrada el 11 de septiembre 2007, se acordó que los GDR enviaran propuestas para su posible inclusión en el Plan de Acción 2008 del Patronato de Turismo. En este sentido, se recibieron propuestas de NORORMA, Serranía de Ronda y Sierra de las Nieves. D. Roque Carmona realizó un repaso a las múltiples propuestas enviadas por los GDR y se debatieron las que pueden tener viabilidad para ser incluidas en el Plan de Acción.

En nombre de los GDR, D. Antonio Bonilla expuso la forma de comercializar y promocionar el producto del interior a través de una central de reservas vía Internet. A tal fin, sería necesario crear un portal Web potente con teléfonos de contacto a los que poder dirigirse.

Asimismo, el Sr. Bonilla propuso realizar unos folletos provinciales en los que se señalaran con iconos los lugares relevantes para el turismo activo, senderismo, vuelo libre, rutas, etc.

El Sr. Carmona comentó que esto llevaría bastante tiempo y que sería mejor contactar con una que ya exista como por ejemplo RuralGest. Hacer esto con las iniciativas privadas y volcar toda la información de que disponemos en un portal ya existente. Además, propuso tener un encuentro con responsables de RuralGest para que nos explicaran y nos mostraran su metodología y procedimientos.

D. Miguel Ángel Mateo, propone que no se incluyan todas las casas rurales de las comarcas ya que sería muy complicado a la hora de realizar una actualización. Se podría empezar incluyendo unas 30 o 40 casas y hoteles rurales. Evidentemente, con los hoteles no existiría este problema de inclusión y actualización.

Entre otras cosas se acuerdan:

- Central de reservas – Portal Web – Call Center (ver).
- Folleto provincial.
- Folletos de Turismo Activo.
- Folletos ruta “Omar ibn Hafsun.
- Jornadas formativas para las oficina municipales de turismo
- Jornadas de formación para los PRODER y el Patronato de Turismo para conocer más a fondo el funcionamiento de uno de esos portales Web de comercialización.
- Creación de la Comisión de Turismo Interior en el Patronato de Turismo donde también estaría presentes AEHCOS y AEDAV.
- Hacer promoción en los grandes centros comerciales de algunas provincias de Andalucía, (dos días a la semana: viernes por la tarde y sábado).
- Se propone por parte del Patronato que un representante de los siete grupos asista a alguna de las ferias en las que participe en Patronato, haciéndose cargo este último de los gastos de la estancia.



Torneo Golf Grupo Airmet 26 – 28 octubre 2008. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo organizó un torneo de golf para el grupo de 40 agentes de viajes pertenecientes al Grupo Airmet, grupo que cuenta con agencias de viajes repartidas por todo el territorio nacional.

Con motivo de dicho evento, el Patronato de Turismo elaboró un completo programa de actividades que incluyó el torneo en sí con cena y entrega de premios, celebrado en el Club de Golf La Quinta, así como un circuito de agua en el hotel Guadalmina Spa & Golf Resort para los acompañantes de los jugadores y una serie de cenas y almuerzos en distintos restaurantes de la provincia de Málaga.

Este primer torneo de golf “Arimet-Costa del Sol” se llevó a cabo a petición expresa de los directivos de dicho grupo. Podemos decir que fue una buena jornada para compartir con los agentes de viajes y, así, conocer de primera mano la situación actual del mercado y, a su vez, mostrarles el magnífico producto de golf de que disponemos.

Todo esto fue posible gracias a la colaboración de Turismo Andaluz, el hotel Guadalmina Spa & Golf Resort y el Club de Golf La Quinta.

III Costa del Sol Masters UK 4 – 11 noviembre 2007. Málaga-Costa del Sol

Durante estos días tuvo lugar la final del III Circuito Costa del Sol Masters UK a la que asistieron los finalistas de las eliminatorias previas que tuvieron lugar en Reino Unido, concretamente en Shropshire, Essex, Avon, W. Yorks y Berkshire. Ya en la Costa del Sol, los clasificados jugaron en los campos de Atalaya Old Course, Alcaidesa Links Resort, Santa Clara Golf, Finca El Cortesín, Doña Julia Golf y como remate final, el sábado día 10 jugaron en el afamado campo de golf de Valderrama.

Paralelamente, el mismo día 10 en el campo de golf de Valderrama, tuvo lugar el tercer encuentro de prensa entre periodistas de Reino Unido y medios nacionales entre los que se encontraban Canal +, Golf Internacional, Radio Marca, Golf Digest, GolfSenior, El Periodigolf, GolfSpain.com, Grupo Joly y diarios como El Mundo, ABC, Nuestro Golf, Diario Sur, La Opinión de Málaga, la revista APGE, Sotogrande Magazine, Canal Sur y Canal Málaga TV.

Ambos equipos estuvieron alojados en el hotel Guadalmina Spa & Golf Resort donde tuvo lugar la cena de gala y entrega de premios para todos los participantes.

Esta es una acción que el Patronato de Turismo realiza en el mercado británico dada la importancia que este mercado tiene en el segmento golf, no sólo por su potencial de jugadores, más de un millón, sino por la fidelidad de los mismos y el grado de conocimiento que tienen de nuestro destino.

El perfil del jugador procedente de Reino Unido que viaja a la Costa del Sol tiene las siguientes características:

- Uno de cada dos tiene más de 50 años, siendo sin embargo el intervalo de edad entre 40 y 49 años el que más repite con un porcentaje del 30,58%.
- En cuanto al sexo, predomina el masculino con un 89,8% frente al femenino con un 10,2%
- En la categoría profesional, son los profesionales liberados los que tienen una representación mayor con un 26,7%, seguido de los jubilados con un 28,3%. La tercera categoría más importantes es el directivo, que representa el 20,15% de los turistas procedentes de Reino Unido.
- La forma de viajar supone un 50% los que viajan en compañía de amigos y un 30,6% que lo hacen en pareja.
- El tipo de alojamiento se reparte aproximadamente al 50% entre alojamientos hoteleros y casas o apartamentos. Dentro de este último apartado, el 19% es de propiedad propia.



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

- La principal motivación del golfista, aparte de poder disfrutar de este deporte con una gran variedad de campos en la Costa del Sol, está en la búsqueda de ocio y descanso además de clima favorable.
- En cuanto a la forma de conocer nuestro destino, más del 50% manifiesta que decidieron visitar la Costa del Sol por experiencia propia y un 25% fue por recomendación de amigos y/o familiares.
- Relativo a la duración de la estancia, el 52% opta por una semana y el 13% por dos semanas.
- Referente a la repetición de la visita, aproximadamente 4 de cada 5 (78,6%) manifiesta que no es la primera vez que visita el litoral malagueño, en contraposición con el 21,4% que declara que es su primera vez.
- En cuanto a la valoración del destino de golf, tiene una opinión muy favorable de los campos de la Costa del Sol (4 sobre 5); trato del personal: 4,38; estado de mantenimiento de los campos: 4,4; accesibilidad: 4,08; estado de los greens: 4,5. El aspecto peor valorado es la relación calidad-precio del green fee y del destino en general. Suelen conocer una media de 4,5 campos por viaje y una media de 0,6 salidas al campo por día de estancia, lo que se traduce en más de una salida cada dos días.
- Concerniente al presupuesto del jugador británico ascienda a 1.611 euros, siendo el gasto medio de bolsillo diario de 123,6 euros.
- Los principales mercados competidores de la Costa del Sol para el mercado británico son el destino Algarve portugués (52%) y Florida en EE. UU. (25%). Digno de mención es que tan sólo el 4,5% de los turistas han señalado otro destino nacional como competidor del litoral malagueño.

Presentación Página Web 8 noviembre 2007. Rincón de la Victoria

1. Acción - objetivo

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol, dentro de su proyecto de presentación de la página web www.visitacostadelsol.com a los distintos municipios de la provincia, acudió el pasado día 8 de noviembre al municipio de Rincón de la Victoria, con el objetivo de dar a conocer los contenidos de la misma y que puede ser utilizada como instrumento de trabajo.

2. Formato

La presentación se llevó a cabo en la Oficina de Turismo y a la misma acudieron los dos trabajadores de dicha oficina junto al concejal de Turismo del Ayuntamiento de Rincón de la Victoria.

Aunque los técnicos del Patronato de Turismo portaron un ordenador portátil con conexión 3Ga Internet, la presentación se realizó con uno de los ordenadores de la oficina.

3. Desarrollo

La presentación se dividió en dos apartados: presentación del área turística y presentación del área profesional.

Dentro del área turística se hizo especial hincapié en el Contact Center, desarrollo de las guías turísticas, canal de pueblos y agenda cultural.

En el área profesional se realizó un repaso por todas las secciones, resaltando aquellas que consideramos pueden ser de más utilidad: recursos turísticos, descarga de imágenes, estudios, estadísticas, turímetro y press clipping, entre otras.

Tanto en el área turística como en la profesional se hizo un exhaustivo repaso por todos los apartados en los que aparece alguna referencia a Rincón de la Victoria: canal de pueblos, agenda, press clipping, descarga de imágenes, etc.

El responsable de la oficina mostró especial interés en la sección de estudios, notas de prensa y, sobre todo, en la base de datos de recursos turísticos e imágenes. Nos solicitaron incluir una foto de la Cueva del Tesoro, uno de los monumentos más emblemáticos del municipio, junto a la corrección de los titulares de otras dos imágenes de nuestra base de datos.

El concejal de Turismo se detuvo en la sección “De Pueblo en Pueblo” y en los artículos de la agenda que hacían referencia al municipio. Hay que mencionar que el



Ayuntamiento de Rincón de la Victoria sigue siendo uno de los pocos que mensualmente nos hacen llegar sus actividades. Solicitaron la inclusión de un vídeo de la Cueva del Tesoro en la sección de visitas desatacadas, así como del vídeo turístico del municipio en nuestra videoteca.

También enviaron esa misma mañana una relación de las fiestas del municipio recientemente actualizada.

4. Conclusiones

La presentación de la página web del Patronato de Turismo al personal de la Oficina de Turismo de Rincón de la Victoria fue muy positiva en cuanto al interés mostrado por los técnicos de la misma, así como por la buena disposición del concejal de Turismo.

Desde el primer momento mostraron una gran satisfacción por el amplio repertorio de contenidos comentando la gran utilidad que podrían darle en su trabajo diario. Se comprometieron a repasar detenidamente los contenidos de la web y hacernos llegar lo antes posible sus sugerencias, actualizaciones, cambios, etc.

Consideramos que este tipo de iniciativa ayuda a mejorar las relaciones con los municipios de nuestra provincia, permitiéndonos dar a conocer todos nuestros servicios a la vez que recogemos nuevas iniciativas y propuestas. Pensamos que las presentaciones son uno de los mejores instrumentos para obtener *feedbacks*.



Presentación Destino – Puerta a Puerta 13 – 15 noviembre 2007. Dublín

1. Acción - objetivo

Durante los días 13 al 15 de noviembre el Patronato de Turismo realizó en Dublín una presentación del destino Costa del Sol enfocado en el segmento MICE orientada a agencias y empresas, visitándoles en sus oficinas.

El motivo de esta acción promocional surge como seguimiento a la presentación de destino que se realizó en junio de 2007 en la misma ciudad a la que acudieron varios socios del Convention Bureau. Pensamos que sería interesante una segunda visita a algunos de los invitados que asistieron al encuentro de junio para, de esta manera, conocer mejor las necesidades de estos clientes y estrechar lazos.

Este es un nuevo mercado para nosotros, potencial y de primer orden, que ya tiene eventos muy importantes en España. En los últimos años se han recibido en diferentes ciudades españolas así como en la Costa del Sol, operaciones de grandes multinacionales. Irlanda es un país rico que está viviendo un crecimiento económico espectacular, una de las economías más crecientes del mundo.

El Patronato de Turismo decidió incorporar esta promoción debido al interés mostrado por diferentes agencias irlandesas tras la presentación del destino Costa del Sol realizada en junio.

2. Formato

Visitas puerta a puerta a agencias y empresas en las que se realizó una presentación institucional. Se les informó de las últimas novedades del destino: aperturas de hoteles, proyectos de infraestructuras, etc.

3. Desarrollo

El desarrollo fue muy bueno ya que se dispuso de mucho tiempo en exclusiva con el cliente para poder intercambiar información y opiniones. Clientes con interés en la Costa del Sol y con posibles peticiones en un futuro próximo.

Se mantuvieron reuniones con Global Teamwork, The Travel Broker, CGL-Carr Golf Travel, Bank of Ireland Finance, O2, Bank of Scotland, Verve Marketingb y MCI Dublin.



4. Conclusiones

Mercado prioritario en el que hay que estar presente cada año visitando a clientes. Las visitas dentro de las empresas cada día son más difíciles de conseguir pero no cabe duda de que una vez dentro, las relaciones se estrechan y los resultados confirman la efectividad de las mismas.

El siguiente paso será invitarles a la III Gala de Premios de Reuniones Costa del Sol.

Visita Puerta a Puerta Barcelona 19 – 22 noviembre 2007. Barcelona

1. Acción - objetivo

Durante estos días se llevó a cabo una serie de visitas puerta a puerta a empresa de Barcelona pertenecientes a los sectores médico-farmacéutico, informático y nuevas tecnologías, agencias organizadoras de eventos y agencias de comunicación.

El objetivo principal de esta acción fue el darnos a conocer en el sector de las nuevas tecnologías, sector con un gran potencial para la organización de eventos corporativos y en el que apenas nos conocen, así como seguir manteniendo un contacto anual con los laboratorios farmacéuticos, agencias especializadas en la organización de eventos y empresas de comunicación, informándoles de los nuevos proyectos y novedades del destino Málaga-Costa del Sol.

2. Formato

Al igual que en anteriores visitas puerta a puerta, durante cuatro días se visitaron empresas de diversos sectores industriales, tocando tanto los más tradicionales que se visitan anualmente como puede ser el sector médico-farmacéutico, agencias, etc. como otros nuevos al que nunca antes nos habíamos dirigido como el sector informático y de las nuevas tecnologías, generador de importante negocio al contar con grandes presupuestos. El fin es diversificarnos, darnos a conocer e ir haciéndonos un hueco en nuevos segmentos.

3. Desarrollo

Se realizaron sendas visitas a las siguientes empresas: Diagniscan, Interprofit, Epson, Bassat Ogilvy Comunicación, Gablons, Viajes Columbia, S.A., Marsans Eventos, Flytech, Logitech, Costavisión y Barceló Business Travel.

4. Conclusiones

El balance fue muy positivo por la calidad de las empresas visitadas y el interés que demostraron por el destino Málaga-Costa del Sol y sus últimas novedades. Los nuevos proyectos de ampliación del aeropuerto y puerto, Museo Thyssen-Bornemisza, nuevos hoteles, AVE Málaga-Madrid, etc. son un gran atractivo para el mercado nacional y es indispensable visitar periódicamente ciudades como Madrid y Barcelona para seguir recordándoles la importancia y continua mejora de nuestro destino.



Homenaje Asociación de Viticultores de Ronda 23 – 24 noviembre 2007. Ronda

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol colaboró en el homenaje que la Asociación Malagueña de Enología y Cata brindó a la Asociación de Viticultores de la Serranía de Ronda . En el transcurso de dicho homenaje se les hizo entrega del premio “La Solera”, galardón que se concede a personas o asociaciones que dedican su esfuerzo y trabajo al campo de la enología y la cultura del vino.

El acto de entrega del galardón tuvo lugar en el convento de Santo Domingo de Ronda, acto que estuvo amenizado por un concierto a cargo de “Granada Brass Quintet”. Para finalizar, se ofreció una cena en el restaurante El Escudero.

Al día siguiente, el grupo de la Asociación Malagueña de Enología y Cata desplazado a Ronda para este homenaje, realizó una visita a la bodega de Los Descalzos donde almorzaron para, más tarde, regresar a Málaga.

Este tipo de actos reflejan la importancia que en los últimos años está adquiriendo la gastronomía y la enología que, además, está tan presente en nuestra tierra con caldos de todo tipo, desde el típico vino dulce de Málaga pasando por los magníficos blancos de la zona occidental de la provincia, hasta los excelentes tintos que nos proporciona la Serranía de Ronda.



Primer Festival de Escuelas y Centros Superiores de
Arte Dramático
13 – 16 diciembre 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol colaboró con el Primer Festival de Escuelas y Centros Superiores de Arte Dramático que se celebró en Málaga entre los días 13 al 16 de diciembre 2007 organizado por el Conservatorio Superior de Música y Teatro Cánovas. Nuestra colaboración consistió en la entrega de material promocional a los más de 80 participantes en el mismo.

Entre las actividades que se organizaron durante el festival con el objetivo de difundir la labor pedagógica y artística que se realiza en estos centros superiores figuraron diferentes seminarios, obras de teatro, presentación y rueda de prensa.

Consideramos positivo haber colaborado distribuyendo material promocional a todos los participantes ya que los mismos eran de procedencia diversa y aunque la colaboración no fue costosa, presupuestariamente hablando sí consideramos que la acción tiene una gran rentabilidad.

Vuelo Inaugural Plaza Servicios Aéreos 14 diciembre 2007. Málaga-Costa del Sol

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol atendió a un grupo formado por 14 agentes de viajes, periodistas y representantes de la compañía aérea Plaza de Zaragoza, que llegaron a nuestra provincia en un vuelo inaugural directo desde la capital maña.

Dicha compañía está operando de forma directa con Málaga, con una frecuencia de cuatro vuelos semanales, desde febrero 2007. Por ello y dado el poco tiempo disponible, el Patronato de Turismo organizó un programa centrado de forma exclusiva en la ciudad de Málaga haciendo especial hincapié en la figura de Picasso y en las inmejorables posibilidades que la capital costasoleña ofrece como lugar de reuniones, congresos y viajes de incentivos, sin olvidar que es un punto estratégico para acceder a otras provincias andaluzas.

Junto a técnicos del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, recibimos al grupo en el aeropuerto para, posteriormente, trasladarnos al hotel AC Málaga Palacio donde en la terraza del mismo se había organizado un desayuno de trabajo con hoteleros y empresarios de la ciudad. Tras el desayuno se realizó una visita a la Catedral y un recorrido por el centro histórico y tomaron un refrigerio en la tradicional y popular Casa del Guardia para, seguidamente, degustar un almuerzo a base de pescaito frito y demás manjares de nuestra tierra en el restaurante El Figón de Juan.

Yo por la tarde, el Museo Picasso fue nuestro destino y para concluir la jornada se les realizó una presentación en la sede del Patronato de Turismo al objeto de mostrarles que la oferta de Málaga y su provincia es muy amplia y variada.

Técnicos del Patronato de Turismo valoraron muy positivamente esta jornada ya que este tipo de acciones nos dan la oportunidad de contactar con los agentes de viajes que, a la postre, serán nuestros embajadores en su tierra. Además de esta visita se habló de futuras colaboraciones y acciones conjuntas.

Patrocinios Torneos de Golf Enero – diciembre 2007

A lo largo de 2007 el Patronato de Turismo de la Costa del Sol colaboró en los siguientes torneos de golf:

- **12 de marzo – Torneo AESGOLF Alemania-Andalucía.** Competición organizada por AESGOLF (Asociación Española de Seniors de Golf) que tuvo lugar en el campo Marbella Country Club.

Los trofeos que el Patronato patrocinó para esta competición fueron muy bien acogidos por los equipos ganadores, uno del equipo alemán y otro andaluz.

Por esta colaboración recibimos el agradecimiento por parte de AESGOLF por la labor tan positiva que estamos desarrollando en la promoción de la Costa del Sol a través del golf.

- **28 de abril – IX Torneo Konninginnedag.** Colaboración con premios y asistencia técnica así como con material promocional en el torneo de la Reina de Holanda que tuvo lugar en el Lauro Golf.

Dicho torneo contó con la participación de más de 100 jugadores, muchos de ellos holandeses. En esta ocasión la modalidad fue Stableford dando comienzo la jornada a las 09.00 horas al tiro, en tres categorías con cuatro premios cada una.

Al finalizar el torneo tuvo lugar un buffet al que acudieron los participantes y que fue seguido por la entrega de premios que fueron inmejorables.

Entre otros colaboraron en este evento Golfspain, hotel Guadalmina Spa & Golf Resort, Andrés Olivares, Club de Golf Los Naranjos, etc.

- **12 de mayo – V Torneo de Golf FMAEC.** El Patronato de Turismo colaboró, un año más, con premios y material promocional en la quinta edición de ese torneo organizado por FMAEC (Asociación Malagueña de Asistencia a Enfermos de Cáncer), que tuvo lugar en el campo Añoreta Golf.

El torneo se celebró a beneficio de los pacientes de cáncer y alcanzó la cifra de 200 jugadores. La recaudación que se obtiene en este torneo supone una de las fuentes de ingresos más importantes para la fundación. Por ello, recibieron la colaboración de distintas instituciones, empresas públicas y privadas, así como clubes deportivos.

- **7 de julio – 2º Torneo de Golf Gofut-Coutts Bank von Ernst Cup.** Colaboración en este torneo de golf celebrado en Marbella, concretamente en el campo de golf Los Flamingos, así como en la posterior cena de gala que tuvo lugar en el hotel Villapadierna, patrocinadores del torneo. El mismo contó con la presencia de

jugadores tan conocidos como José “Pirri”, Manuel Sarabia, Julio Salinas o Javier Clemente.

Gofut España es una asociación sin ánimo de lucro en la que renombrados jugadores profesionales de fútbol, conocidos a nivel internacional, dedican su afición al golf con el objetivo de recaudar fondos para ayudar a niños desfavorecidos. Gofut España colabora asimismo con las autoridades, instituciones públicas y privadas, sector financiero, empresas privadas y medios de comunicación.

La totalidad de las ganancias del torneo se destinaron a la ayuda de niños más necesitados.

- **21 de julio – IV Torneo de Golf Infantil “Diario Sur”.** El Patronato colaboró en este torneo infantil ofreciendo premios y material promocional. Dicho torneo tuvo lugar en el malagueño Club El Candado y contó con una participación de más de 60 jugadores para las categorías más pequeñas, desde prebenjamines a cadetes. Algunos de los más mayores lograron plaza en el British Amateur.

El torneo supone un trampolín para iniciarse en el deporte e ingresar en las escuelas que empiezan a funcionar cuando comienza el curso escolar. Los benjamines efectuaron una vuelta de 9 hoyos y los más crecidos completaron el recorrido de 18 hoyos.

Se ofreció una merienda a todos los jugadores y acompañantes seguida de la entrega de premios y reparto de regalos. Del evento destacaremos la ilusión de todos los participantes.

- **21 de julio – VI Edición Torneo de Golf “Solidarios”.** Nuestra colaboración consistió en ofrecer material promocional y soporte técnico en este torneo de golf celebrado en el campo de Mijas Golf Internacional.

El juego comenzó a las 09.00 horas en el campo Los Lagos y la modalidad fue Stableford. Tras el torneo tuvo lugar un almuerzo y el sorteo de todos los regalos cedidos por entidades colaboradoras.

Los fondos obtenidos durante este torneo fueron todo un éxito.

- **22 de julio – Récord Guinness La Cala Resort.** El Patronato de Turismo estuvo presente activamente en este torneo organizado por La Cala Resort para batir un récord mundial cuyos beneficios fueron destinados a UNICEF.

La competición fue todo un éxito y todos los asistentes disfrutaron de un extraordinario día. La participación final fue de 614 jugadores lo que contribuyó a recaudar una importante cantidad de dinero destinada a UNICEF. Toda esta información se remitió a Guinness y se espera tomen una decisión para entrar en el Libro de los Récords Mundial.

Tanto la organización del evento como todos aquellos que colaboraron en él, se sintieron muy orgullosos de que el golf, además de ser un deporte, sirva para ayudar y colaborar en causas tan importantes y organismos como UNICEF. Su

vicepresidenta se sintió muy satisfecha por la gran participación y por la cantidad recaudada.

- **15 de septiembre – I Campeonato de Golf “Teléfono de la Esperanza”.** Colaboración a través de material promocional y soporte técnico en la primera edición de este torneo en beneficio del Teléfono de la Esperanza, que tuvo lugar en el Lauro Golf.

Dicho torneo fue organizado por el Ayuntamiento de Málaga en colaboración con el Teléfono de la Esperanza. Se trata de un torneo de carácter solidario a través del cual toda la ciudad pudo demostrar su apoyo incondicional hacia esta institución que realiza una valiosa acción social en la provincia de Málaga.

Gracias al esfuerzo realizado por la organización y diferentes patrocinadores, el torneo resultó todo un éxito.

- **22 al 24 de octubre – Torneo Benéfico de Golf Real Federación Española de Fútbol.** Técnicos del Patronato de Turismo se trasladaron a Madrid para participar y colaborar en la segunda edición de este torneo benéfico de golf organizado por la Fundación de la Real Federación Española de Fútbol, en el que también participaron Adidas, Mucho Viaje, Siemens, Madridiario y otra serie de empresas de ámbito nacional.

El torneo tuvo como marco el campo de la Federación Española de Golf en Madrid y contó con la participación de numerosos jugadores y exjugadores de equipos de fútbol madrileños, especialmente del Atlético de Madrid, como Capón, Salcedo, Arteché, Quique, Estebanz, etc.

Asimismo participaron, entre otros, el torero Javier Valverde o el redactor de deportes de Onda Cero, Ángel Rodríguez, así como prensa especializada y diversos directivos de empresas.

Los fondos obtenidos gracias a la celebración de este torneo amateur de golf se destinaron en esta ocasión a la Asociación Española de Niños con Leucodistrofia, una enfermedad muy poco conocida y que afecta a uno de cada cien mil niños.

El acto de entrega de trofeos a los participantes así como la del cheque bancario a la mencionada asociación fue presentado por la conocida periodista Nieves Herrero.

- **1 de diciembre – I Torneo Benéfico de Golf Karuna Dana.** El Patronato de Turismo colaboró aportando material promocional y soporte técnico en el I Torneo Benéfico de Golf Karuna Dana celebrado en las instalaciones del Marbella Golf Country Club.

Se trata de un torneo a favor de Kuna Dana, organización cuyo proyecto en el Tíbet consiste en la ampliación y mantenimiento de una escuela que ya tiene 350 niños a los cuales alimenta y escolariza. El club que organiza dicho torneo, GolftheCOSTA, es un club de golf en Internet que cuenta con más de 320 miembros de 20 nacionalidades y que celebra competiciones mensuales.



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

Gracias a la excelente colaboración de la propiedad del campo así como el número de participantes, convirtieron este evento en día memorable. Al finalizar el evento tuvo lugar un almuerzo y más tarde se procedió a la entrega de premios donados por los numerosos patrocinadores. Al final del día se consiguió una cifra muy importante que fue entregada al presidente de la asociación organizadora.

- **1 al 2 de diciembre – Pro-Am Benéfico Andrés Jiménez.** El Patronato de Turismo colaboró con material promocional y soporte técnico en el Pro-Am Benéfico Andrés Jiménez que tuvo lugar en el Club de Golf Aloha.

Este torneo con carácter íntegramente benéfico, comenzó su andadura en 1976 y desde entonces ayuda a asociaciones como Médicos sin Fronteras, Asociación para la Lucha contra el Cáncer, Cáritas Marbella, Parroquia de Nueva Andalucía y el hospital Río Xingu en el Amazonas, entre otros.

Gracias al esfuerzo realizado por la organización y los diferentes patrocinadores, el torneo resultó todo un éxito.

- **15 de diciembre – Torneo Benéfico Enfermos de Alzheimer.** El Patronato colaboró con material promocional y soporte técnico en este Torneo Benéfico organizado por la Asociación de Familiares de Enfermos de Alzheimer y otras Demencias de Fuengirola y Mijas Costa, que tuvo lugar en el club Mijas Golf Internacional.

El objetivo de la celebración de dicho torneo fue la recaudación económica por parte de las distintas entidades públicas y privadas que colaboran con la causa. La labor de esta asociación es la de mejorar, en la medida de lo posible, la calidad de vida de las personas afectadas por esta enfermedad.

El Ayuntamiento de Fuengirola en el último pleno del 2007 y por unanimidad de todos los grupos políticos, cedió la concesión de un solar en la urbanización Los Pacos para la construcción de un nuevo centro que se espera para el año 2009.



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

PÁGINA WEB

Página Web www.visitacostadelsol.com 2007

El Patronato Provincial de Turismo de la Costa del Sol, consciente de la importancia de adaptarse al nuevo entorno que ofrece Internet, proporciona un completo y eficaz servicio de comunicación sobre el destino Costa del Sol a través de su portal turístico. Por medio de este nuevo canal, en constante renovación y actualización de sus contenidos, se dirige directamente tanto al consumidor de vacaciones como al sector profesional para acercarlos al destino Costa del Sol y facilitarles su estancia y la toma de decisiones.

La dirección (url) para acceder al portal es www.visitacostadelsol.com. El contenido se estructura claramente en dos grandes áreas: un Área Turística, dirigida de forma especial al consumidor y un Área Profesional, enfocado como su propio nombre indica al sector profesional.

En el Área Turística, el Patronato ofrece una completa información textual y gráfica sobre la oferta turística de la Costa del Sol. Así, recoge información básica y general sobre el destino (situación, transportes, servicios públicos, historia, folclore, gastronomía.....), información práctica y más específica del sector turístico e incluso una práctica "Agenda de Actividades" que ofrece diariamente información sobre las próximas actividades culturales y de ocio, así como reportajes muy cercanos que permiten al usuario personalizar aún más la oferta turística de la Costa del Sol. En definitiva un conjunto de informaciones muy útiles tanto para la planificación del viaje como para un óptimo aprovechamiento de la estancia en la Costa del Sol.

A resaltar también el canal de Pueblos como una de las secciones más interesantes. De Pueblo en Pueblo, como se llama el canal, contiene la información de los 101 municipios de la provincia de Málaga. La información que se puede encontrar es la siguiente: Datos de Interés, Visitas Destacadas, Comer y Beber, Dormir, Fiestas y Gastronomía. Dentro del canal, las secciones de Comer y Beber y Dormir se nutren de la información existente en la BD de Recursos Turísticos que se encuentra en el Área Profesional.

Por supuesto hay un amplio apartado dedicado en profundidad a las numerosas formas de hacer turismo que ofrece hoy por hoy la Costa del Sol. Es lo que llamamos "Turismo Temático" y en él se analizan con detenimiento: turismo de sol y playa, turismo de golf, turismo rural, turismo náutico, turismo cultural, turismo de idiomas..... y así hasta 12 canales temáticos independientes con información práctica y específica sobre cada uno de estos segmentos.

Con el Área Profesional, el Patronato pretende fundamentalmente facilitar y fomentar la labor de todos los profesionales que de una manera u otra están implicados o tienen intención de estarlo, en el sector turístico de la Costa del Sol. Así, en esta nueva sección se incluye, por ejemplo, una amplia base de datos que llegará a contener más de 4.000 imágenes de alta resolución de la Costa del Sol perfectamente

catalogadas y a disposición del usuario que podrá utilizarlas en sus trabajos, publicaciones o presentaciones.

También ofrece una sección de estadísticas que recoge mensualmente las principales variables del sector turístico como: tráfico de pasajeros por el aeropuerto y RENFE, crecemos atracados en el puerto, encuesta de ocupación hotelera del INE, oferta de alojamiento y número de plazas, etc. todo ello actualizado mensualmente y almacenado como archivo permanente para posibles consultas del usuario.

El Área Profesional se completa con un apartado técnico-práctico enfocado a los negocios e inversiones con información sobre trámites y legislación vigente para los proyectos y empresas turísticas. Recoge también información sobre los principales proyectos turísticos puestos en marcha en la Costa del Sol (hoteles, campos de golf y grandes proyectos urbanos) con una ficha práctica para cada uno de ellos.

Los estudiantes de turismo también encontrarán en esta área información sobre formación y empleo que incluye, entre otras cosas, todos los centros de formación turística de la provincia, sus condiciones de acceso, matrículas, becas, etc. También podrán enviar su curriculum vitae a una bolsa de trabajo en la que oferta y demanda podrán ponerse en contacto.

Otro de los servicios que incluye es una amplia hemeroteca en la que se publicarán cada día las principales noticias turísticas recogidas por los medios de comunicación impresos, locales y nacionales. Este servicio también permite realizar búsquedas de noticias con carácter retroactivo.

Por supuesto, toda la información generada por este Patronato de Turismo (notas y convocatorias de prensa, eventos, boletines, informes.....) estarán también disponibles de forma actualizada en la Sala de Prensa Virtual.

El portal turístico del Patronato de Turismo se enriquece con tres páginas web complementarias a las que se accede desde la misma url www.visitacostadelsol.com: una especial con información de todos los socios que integran el Patronato de Turismo de la Costa del Sol ("Empresas Asociadas"), otra con información oficial sobre la propia institución ("Patronato de Turismo: La Entidad") y una tercera del Costa del Sol Convention Bureau, que está dirigida especialmente al turismo de congresos, convenciones e incentivos.

En el apartado Destino, Costa del Sol, figura información general sobre la provincia de Málaga y sus diferentes infraestructuras, así como la oferta que pueden encontrar los congresistas en nuestro destino. Al mismo tiempo se ha creado una sala de prensa con información de eventos, ruedas de prensa y con el plan de acción de la entidad. Además habrá un acceso exclusivo para socios en el que se podrá consultar los congresos que se realicen a nivel mundial. También se pueden encontrar informes promocionales del Convention Bureau y un potente buscador para localizar imágenes en las cuatro webs del Patronato.

El portal turístico del Patronato de Turismo ofrece también puntualmente retransmisiones en vivo de algunos de los eventos más relevantes que se celebran en la Costa del Sol. Incluye además una interesante sección de video en tiempo real



donde se puede encontrar desde videos turísticos de algunas localidades de la provincia a videos profesionales que se pueden solicitar para su retrasmisión. Algunos de estos videos son: La Ermita pintada por Evaristo Guerra en Vélez Málaga o el video de ¡Vive la Costa del Sol! producido por este Patronato.

También la animación y el entretenimiento están presentes a través de sugerencias, ciberspots, juegos interactivos y postales electrónicas.

Los contenidos del portal están disponibles en cinco idiomas (español, inglés, francés, alemán y, desde octubre de 2007, chino) e incluyen una versión, también en cinco idiomas, para los usuarios con discapacidad.

NUEVA VERSIÓN DE LA WEB WWW.VISITACOSTADELSOL.COM.

Durante 2007, el Patronato de Turismo puso a disposición de los usuarios una nueva versión de su portal turístico en Internet www.visitacostadelsol.com, lo que conlleva una auténtica renovación de sus contenidos sobre todo en el área turística del portal.

Este nuevo portal incluye una versión en chino, que se suma a las ya existentes en español, inglés, alemán y francés, cuyo contenido y diseño están especialmente adaptados para usuarios con algún tipo de discapacidad, siguiendo las directrices de la doble A y las pautas marcadas por el W3C (World Wide Web Consortium).

La nueva versión incluye además banners publicitarios en formato rascacielos de todos sus asociados y nuevas secciones entre las que destacan las de Visitas Destacadas y un Superbuscador que define la búsqueda y muestra los resultados en función de las preferencias específicas de cada uno de los usuarios.

También se han mejorado las secciones ya tradicionales como Pueblos, Guías Turísticas, Agenda y Turismo Temático, así como el resto de los contenidos.

Asimismo, se sigue mejorando el Área Profesional, que tan excelente repercusión ha obtenido en el sector turístico. Así, a lo largo de 2007 se incluyó una nueva herramienta en la web que permite a los usuarios generar textos turísticos de manera automática, de modo que el profesional puede autocombinar la información según sus preferencias y necesidades.

Otra novedad del portal es el desarrollo de una nueva versión adaptada a los dispositivos móviles y la creación de nuevas rutas turísticas audiovisuales para su posterior visualización mediante podcasting y 3g, que son las descargas audiovisuales de contenidos para dispositivos móviles.

Además, se continuará trabajando en el boletín electrónico “El Tragaluz” en sus dos formatos, Profesional y Turístico, así como en la base de datos de imágenes, la de recursos turísticos y la de gestión del conocimiento.

GUÍAS TURÍSTICAS.

Es importante resaltar el canal de Guías Turísticas que consta de 22 guías temáticas sobre diferentes temas. Algunas de dichas guías contienen completas rutas turísticas por la provincia que servirán para amenizar la estancia de nuestros visitantes. La relación de las guías es la siguiente:



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

- **Málaga, Sol y Arte: Nuevo Museo Picasso.** La primera de esta colección, ofrece la oportunidad de conocer mejor la figura de uno de los principales genios del siglo XX: Picasso. Para ello, sus 152 páginas arrancan con una biografía del autor del “Guernica”, invitándonos después a recorrer los escenarios de la infancia y primera juventud del artista malagueño.
- **Málaga, Sol y Ocio.** Segundo volumen de esta colección que recoge la extensa y variada oferta de actividades de tiempo libre de que dispone la Costa del Sol para toda la familia, merced a un clima agraciado, que propicia su práctica guante durante la casi totalidad del año.
- **Málaga, Sol y Español.** Ofrece una relación con los centros de estudios donde se imparten cursos a aquellas personas que quieren aprender y perfeccionar sus conocimientos de español, así como de otras lenguas.
- **Málaga, Sol y Folclore.** El modo en que un pueblo celebra sus fiestas, refleja sus raíces y personalidad, queda reflejado en esta guía que promociona un profundo recorrido por los festejos, costumbres y tradiciones de la provincia.
- **Málaga, Sol, Vino y Aceite.** El vino y el aceite son los pilares sobre los que se asienta la cultura mediterránea y constituyen la base de la que está considerada como la dieta más saludable del mundo. Esta guía aporta, a lo largo de sus 230 páginas, un completo análisis de las particularidades de estas joyas de la gastronomía.
- **Málaga, Sol y Gastronomía.** Recoge en un solo volumen numerosas recetas tradicionales, algunas ciertamente muy conocidas incluso fuera de Málaga y de Andalucía.
- **Málaga, Sol, Salud y Belleza.** Contiene una relación con 24 instalaciones del sector, que ofrecen los tratamientos de salud y belleza más avanzados del momento, dispensados por equipos profesionales altamente cualificados, en modernas instalaciones y con la posibilidad de alojarse en confortables complejos hoteleros.
- **Málaga, Sol y Puertos Deportivos.** Recoge toda la información necesaria para fondear al abrigo de los puertos del litoral malagueño, contratar sus servicios o disfrutar de las instalaciones.
- **Málaga, Sol y Shopping.** Pasear, disfrutar y comprar; esta es la propuesta que contiene la guía “Málaga, Sol y Shopping”. A lo largo de 160 páginas, este trabajo ofrece un completo repaso de la actividad comercial de la Costa del Sol.
- **Málaga, Sol y Habla.** Es un glosario que recoge palabras y expresiones populares que son características del habla de los malagueños, bien por ser específicas de la zona, o porque se les ha dado un significado diferente al que tiene en castellano clásico.
- **Málaga, Sol y Golf.** Incluye todo lo que se ha de saber si lo que se busca es divertirse palo en mano. Fruto de un intenso trabajo de documentación e ilustrada con fotografías, la undécima de nuestras guías ofrece una completa relación de

clubes, ordenada por municipios, así como información detallada sobre las características de cada campo.

- **Málaga, Sol y Cultura.** Cines, teatros, museos y salas de exposiciones son centros de frecuente visita para aquellos que disfrutan del ocio y la cultura. Por todo ello se ha elaborado esta guía en la que se incluye una extensa relación de los lugares de la Costa del Sol en los que el arte, en cualquiera de sus manifestaciones, acostumbra a encontrar cobijo.
- **Málaga, Sol, Rutas y Excursiones: “Turismo Activo”.** Recorrer cada punto de la geografía malagueña es ahora más sencillo con esta completa guía que nos conduce por los rincones más atractivos del territorio, descubriendo las maravillas naturales, históricas y culturales que encierra y dando a conocer las particularidades de pueblos y ciudades.
- **Málaga, Sol y Playas.** Sumen esta guía a la larga lista de artículos (toallas, gafas de sol, crema protectora, sombrilla, palas...) que el bañista no debe olvidar. A nadie se le escapa que ha sido la privilegiada combinación de sol y playa la principal responsable de la proyección internacional de la provincia de Málaga. Mas de 160 Kms. de bella costa mediterránea y un benigno clima, protegido de los vecinos vientos de la franja litoral, han consolidado a la Costa del Sol como un destino turístico de primer orden.
- **Málaga, Sol y Descanso.** Para los amantes del sosiego, para los que busca estancias deportivas, para quienes las vacaciones son sinónimo de sol y playa, para los hombres y mujeres de negocios, para portadores de estómagos exigentes o para turistas con inquietudes culturales. Para todos hay respuesta en esta guía sobre hoteles.
- **Málaga, Sol y Flamenco.** Realiza un interesante recorrido por la historia de esta sentida expresión del arte en la provincia, presentando a algunas de sus figuras más importantes y familiarizándonos con la terminología y los palos más atractivos.
- **Málaga, Sol y Espacios Naturales.** Ofrece un detallado repaso por los más bellos parajes que nos rodean, analizando la flora y fauna, al tiempo que nos conduce entre ríos, mares, barrancos, montañas y cuevas prehistóricas.
- **Málaga, Sol, Monumentos y Museos.** Nos propone un recorrido por el amplio patrimonio histórico, artístico, arquitectónico y cultural de la provincia, legado de civilizaciones y fruto del correr de unos siglos que no pasaron en vano.
- **Málaga, Sol y Rutas Gastronómicas.** Nos presenta una variada selección de los manjares de la zona, junto a exquisitos caldos y especialidades autóctonas. Fruto del saber hacer de antiguas generaciones, llega hasta nuestras mesas el aroma de la mejor cocina. Sin duda, por nuestros platos nos conoceréis.
- **Málaga, Sol y Vida.** Analiza todas esas virtudes y ofrece una completa información de la oferta de nuestro destino. Todo cuanto ha de saber si está pensando en alquilar o comprar una vivienda en uno de los principales paraísos peninsulares.

- **Málaga, Sol y Lujo.** Nos invita a conocer la diversa oferta de establecimientos de lujo presentes en nuestra provincia. Esta guía nace con un decidido afán por facilitar una información útil, con diversas propuestas en materia de alojamiento, restauración y servicios con las que satisfacer al turista más selecto que busca un trato exquisito y personalizado.
- **Málaga, Sol e Incentivos.** La Costa del Sol es un lugar privilegiado donde cada año cientos de empresas y miles de profesionales pasan a convertirse en huéspedes de un anfitrión de primera. Los mejores hoteles y centros de congresos junto a los DMC's y OPC's, empresas especializadas en atender una demanda exigente para la organización de eventos, conforman un entorno bien comunicado que cuenta con el más completo repertorio de escenarios para el ocio y la confraternización. Todo ello acompañado de una saludable gastronomía y mágico paisaje físico y humano.

Todas estas guías se encuentran en nuestro sitio web en español, inglés, francés y alemán.

Estas 22 guías también están disponibles en papel en los idiomas español e inglés y las 10 primeras en alemán y francés.

La promoción de estas guías se está llevando a cabo a través de campañas de publicidad online, mediante presentaciones de nuestro website a los distintos municipios de nuestra provincia y a las Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero, así como en los distintos eventos internacionales y nacionales a los que asistimos.

Hay que decir que el volumen de solicitudes de las mismas crece día a día, bien sea vía telefónica o a través de la web, como lo ponen de manifiesto los datos que manejamos. Así, el total de visitas realizadas a la sección de guías temáticas en la web asciende a unas 40.000 al mes, destacando las peticiones de guías sobre Recetas Típicas, Alojamientos y Fiestas Populares en español, así como Alojamiento, Excursiones y Compras e inglés. En francés la tendencia es similar, si bien en tercer lugar se posicionan las guías de Playas en lugar de las de Compras. En alemán destacan también las guías de Alojamiento, Excursiones y Playas.

En numerosos casos los usuarios consultan la relación de guías para saber cuál les interesa. Hay que señalar que el volumen de solicitudes de las mismas crece día a día, bien sea vía telefónica o a través de la web, como lo ponen de manifiesto los datos estadísticos del propio Patronato. Así, el total de visitas realizadas a la sección de las guías temáticas en la web ascendió a cerca de 178.000 durante 2007.

NUEVO BOLETÍN ELECTRÓNICO “EL TRAGALUZ”.

Con el objetivo de mantener informadas a todas aquellas personas interesadas en el destino Costa del Sol y la provincia de Málaga tanto a nivel vacacional como profesional, el Patronato de Turismo emite gratuitamente desde el 31 de marzo de 2003 un boletín digital denominado “El Tragaluz”.

Casi 100 números se editaron en el formato anterior, que se emitía semanalmente en los idiomas español e inglés, llegando a tener alrededor de 5.000 suscriptores.



A partir del día 7 de febrero de 2006 sale a la luz un nuevo formato de “El Tragaluz”, diferenciado en dos sectores específicos:

- **“El Tragaluz Turístico”**: Información turística y Agenda: Música, Cine, Teatro, Arte, de Compras, Ocio, Descubre, Conferencias, Deportes, Gastronomía, Alojamientos, Fiestas, Pueblos. Se emite cada martes, quincenalmente.
- **“El Tragaluz Profesional”**: Marketing Interactivo, Información Profesional, Eventos, Estudios, Estadísticas, Notas de prensa, Imágenes. Se emite cada jueves, quincenalmente.

Ambos están traducidos a los cuatro idiomas disponibles en la web www.visitacostadelsol.com: español, inglés, francés y alemán.

Dependiendo de las preferencias y gustos del suscriptor, éste tiene la opción de escoger el tipo de boletín que desea recibir (o ambos) y el tipo de contenidos que le gusta leer generando así boletines a su propia medida.

Al finalizar el mes de diciembre 2007, contabilizamos un total de 3.872 suscriptores de los cuales 2.905 pertenecen a “El Tragaluz” turístico (español: 1.142, inglés: 1.564, francés: 95 y alemán: 105) y el resto, 967, están suscritos a “El Tragaluz” profesional (español: 667 e inglés: 290).

COSTA DEL SOL CONTACT CENTER.

El Patronato de Turismo puso en marcha, el 18 de julio de 2006, el que es el primer Centro de Contacto de Información Turística de la provincia de Málaga, que lleva por nombre Costa del Sol Contact Center. Se trata de un centro al que los visitantes y turistas de nuestra provincia pueden dirigirse para solicitar todo tipo de información turística.

El objetivo de este centro de contacto es el de ofrecer un mejor y personalizado servicio a todos aquellos que requieran algún tipo de información práctica sobre la provincia de Málaga y su Costa del Sol, bien porque ya se encuentra en nuestra provincia y necesitan algún servicio en concreto, o porque estén preparando un viaje a nuestro destino.

Una de las principales características de este Contact Center es el hecho de que ofrece la posibilidad de ponerse en contacto con el Patronato de Turismo a través de diferentes plataformas tecnológicas existentes como el teléfono convencional SMS, e-mail e incluso tecnologías más modernas como las que ofrecen la incorporación de Skype. La información hablada es ofrecida a los visitantes en tres idiomas en todos los soportes: español, inglés y francés además del servicio de atención por e-mail para todos los idiomas del mundo.

Al objeto de que este servicio tuviera la mayor difusión posible dada la utilidad del mismo, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol inició, coincidiendo con la puesta en marcha del mismo, una campaña online en distintos soportes, tanto nacionales como internacionales que ha tenido mucho éxito.

El total de personas que han contactado desde enero a diciembre 2007 asciende a 4.441, de los cuales 2.735 lo hicieron por e-mail, 323 fueron contactos presenciales en

las oficinas del Patronato, 1.312 utilizaron el teléfono, 66 contactaron por Skype, 4 utilizaron el fax y 1 persona contactó a través del SMS.

Del total de personas que contactaron con el Contact Center, 1.616 pidieron información turística sobre Málaga y su Costa del Sol, 1.131 fueron e-mails que se reenviaron a otros departamentos del Patronato de Turismo, 187 nos solicitaron imágenes, 146 fueron solicitudes de trabajo, 108 intercambio enlaces, 85 agradecimientos, 96 por otros motivos, 259 solicitaron información de otras provincias, 783 solicitudes de guías turísticas, 5 quejas, 3 solicitudes de alojamiento, 1 solicitud de restauración, 1 de información de transporte y 2 solicitudes de material.

En cuanto al idioma en que se efectuaron estas consultas durante el año 2007 destacar que 2.975 fueron en español, 1.090 en inglés, 224 en francés, 134 en alemán, 10 en italiano, 6 en sueco y 1 en holandés.

CAMPAÑAS ONLINE.

Con el fin de promocionar la página web del Patronato de Turismo de la Costa del Sol www.visitacostadelsol.com en sus cuatro versiones (español, inglés, alemán y francés) y los contenidos de la misma, a lo largo del 2007 se realizaron una serie de campañas promocionales online en distintos buscadores y portales de la red.

Los buscadores en los que se realizaron las campañas fueron:

- **Google (campaña anual).** Entre los objetivos principales de la campaña de Adwords de Google se optó por la calidad de las campañas, dejando las palabras clave directamente relacionadas con la Costa del Sol y el turismo en este destino.

Por otra parte los grupos de anuncios estuvieron relacionados con cuatro temas principales en los cuatro idiomas del portal turístico del Patronato de Turismo de la Costa del Sol: Contact Center, Nueva Home, Guía de la Costa del Sol, Guía de los Pueblos, Agenda de Actividades y Área Profesional.
- **Yahoo! Search Marketing.** Campaña por enlaces patrocinados en la red de distribución de Yahoo! Search Marketing activada en España, Reino Unido, Francia y Alemania al objeto de promocionar la nueva versión de www.visitacostadelsol.com en estos cuatro mercados principales. La duración de la campaña fue de septiembre a diciembre 2007.
- **Afiliados a Zanox.** Campaña llevada a cabo a través de Zanox durante el mes de octubre en los idiomas español, inglés, francés y alemán en la que se utilizaron las creatividades correspondientes a la Guías Turísticas.

PRESENCIA EN INTERNET DEL PATRONATO DE TURISMO DE LA COSTA DEL SOL – VISITAS Y PÁGINAS VISTAS.

La web del Patronato de Turismo, una de las referencias más importantes a la hora de obtener información acerca del destino, recibió durante el año 2007 un total de 1.267.985 visitas. Según los datos de que dispone el Patronato, cada persona que visita el sitio web de la entidad lee una media de casi cuatro páginas (en 2007 fueron leídas un total de 4.073.394 páginas de información turística en nuestra web).



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

En cuanto a los idiomas, la versión en español recibió un total de 707.722 visitas y 2.136.329 páginas vistas; en inglés se obtuvo 349.725 visitas y 1.316.389 páginas vistas; en francés, 79.807 visitas y 227.362 páginas vistas; en alemán 125.762 visitas y 386.816 páginas vistas. En cuanto al chino, desde el mes de septiembre, fecha en la que se activó dicha versión, se recibieron 4.969 visitas y 6.498 visitas.

Por otro lado, el mes que más visitas registró la página web del Patronato de Turismo durante 2007 fue octubre con un total de 220.339 visitas y 695.404 páginas vistas.



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU

CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD

Campañas de Publicidad 2007

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN SIERRA DE LAS NIEVES EN MUCHOVIAJE.COM” – 22 de marzo al 30 de junio.

Con motivo de dar a conocer la comarca de la Sierra de las Nieves, el Patronato de Turismo de la Costa del Sol establece un acuerdo con el portal de viajes www.muchoviaje.com, en el que habrá dos campañas a lo largo del año 2007: la primera de ellas ha tenido lugar en el primer semestre del año en curso y la segunda parte tendrá lugar en el segundo semestre de dicho año, a partir del mes de septiembre.

Dicha campaña ha estado presente en distintos soportes:

- **Internet** con distintos formatos publicitarios en la home de www.muchoviaje.com y un microsite dentro de este portal de viajes
- **2 Newsletters** con publicidad de Sierra de las Nieves
- **1 Newsletters** especial de la Sierra de las Nieves con sorteo de fin de semana para dos personas en la comarca
- **Acción especial:** Vídeo youtube, con versión no oficial y oficial de la Sierra de las Nieves
- **Posicionamiento** de Sierra de las Nieves en **Google**

A continuación se presenta el análisis de la campaña correspondiente a Costa del Sol – Sierra de las Nieves en www.muchoviaje.com con resultados desde el 22 de marzo (comienzo de la primera parte de la campaña) al 30 de junio 2007.

• **INTERNET**

El microsite desarrollado para la Sierra de las Nieves ha generado, durante los primeros meses de la campaña, un total de **21.166 páginas vistas**, siendo la más visitada (con un total de 20.180 páginas vistas): <http://www.muchoviaje.com/Ofertas/sierranieves/Default.asp>

CAMPAÑA PUBLICIDAD “ Y TÚ A QUÉ JUEGAS?” – octubre a diciembre.

El 23 de diciembre, coincidiendo con la salida del AVE Madrid-Málaga, culminó en la estación madrileña de Atocha la campaña “¿Y tú a qué juegas? puesta en marcha por el Patronato de Turismo de la Costa del Sol. Esta campaña promocional, financiada por el Plan Qualifica, se inició en octubre de 2007 en la estación de Santa Justa de Sevilla y tuvo como objetivo promocionar nuestro destino insistiendo en las grandes posibilidades del mismo para la práctica del deporte.

Durante el desarrollo de la campaña, que se llevó a cabo en las estaciones de Sevilla, Zaragoza y Madrid y en los aeropuertos de Pamplona, Santander, Bilbao y San Sebastián, se ofrecía información a los visitantes del stand acerca de las disciplinas deportivas que se pueden practicar en la provincia así como un catálogo de las instalaciones disponibles para ello, insistiendo en las múltiples opciones que nuestro destino tiene en cuanto a actividad deportiva se refiere, sin olvidar la promoción de otros aspectos turísticos de la zona.

El perfil de los visitantes que ha tenido la promoción ha sido el de personas acostumbradas a viajar, con un nivel adquisitivo medio-alto, empresarios que se trasladan a otra ciudad para mantener reuniones de trabajo y familias.

Es campaña nos ha servido, además, para realizar unas encuestas a los potenciales clientes, al objeto de de conocer sus preferencias que, una vez finalizada la campaña, serán tabuladas y pasarán a formar parte del “Observatorio Turístico de la Costa del Sol”.

El balance de la campaña fue muy positivo pues nos ha permitido mostrar la oferta deportiva de la provincia a los numerosos visitantes que han pasado por las diferentes estaciones y aeropuertos en los que se ha desarrollado la misma, como uno de los elementos más importantes de nuestra oferta complementaria.

CAMPAÑA GENÉRICA

Realizada en diferentes publicaciones locales, nacionales e internacionales que estuvo vigente durante todo el año 2007.

Medios nacionales:

- Turismo Rural
- AEHCOS Magazine
- Andalucía Única
- Paisajes Desde el Tren
- Lo Mejor de las Autonomías
- Air Classe
- Para Vivir
- Viajes y Vacaciones
- Hosteltur
- Guide Marbella Día & Noche
- Vivir en Andalucía
- Solo Golf
- Viajeros
- Escapada



COSTA DEL SOL

**PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU**

- Ronda Semanal
- Diario Sur
- Andalucía Ecológica
- Infortursa
- Paradores
- Preferente
- Editur
- Aire Libre
- Equinoccio
- National Geographic
- El País
- Spanorama
- Tele Bilbao
- Onda Cero
- COPE Bilbao (El Reino de Javier)
- Infhos
- Viajar
- Más Viajes
- Andalucía Económica
- Gran Hotel
- Spain Travel & Business
- Canal Sur Radio
- Golf Profesional

Medios Internacionales:

- Golf in Andalusien
- CIM Conference Incentive Management
- Golf Monthly
- Golf Journal FVW

CAMPAÑA CONVENTION BUREAU



Campaña basada en difundir en las potencialidades que posee la provincia de Málaga para la celebración de congresos, reuniones y viajes de incentivos, que se ha realizado en medios de comunicación especializados:

- Convention International
- Ejecutivos
- Incentiv Travel & Corporate Meetings
- Meetings & Incentive Travel
- Ediman
- Bedouk
- Voyages Strategies
- Xtra Business
- The Planners

CAMPAÑA PUBLICIDAD VARIOS

- Página de publicidad genérica con motivo de FITUR, ITB y WTM 2007 en los siguientes medios:
 - ⇒ Editur (no en ITB y WTM)
 - ⇒ Andalucía Turismo
 - ⇒ La Opinión de Málaga
 - ⇒ Sol de España
 - ⇒ AEHCOS Magazine
 - ⇒ Diario Sur
 - ⇒ Málaga Hoy
 - ⇒ Diario Málaga
- Especial Onda Cero Málaga con motivo de la feria de la capital malagueña denominado "Aires de Feria 2007".
- Mupys en el metro de Madrid.
- Futurismo
- Andalucía Golf
- Europa
- El Avance
- La Axarquía (Diario)
- Viajes Insólitos



- Excelente
- Andalucía Turismo 2000
- The Tourist
- Catálogo Ryder Cup
- En Boga (Madrid, País Vasco)
- Transporte Aéreo y Turismo
- Hostelería y Turismo
- Expocultur
- Agenttravel
- Champions
- Directivos y Empresas
- La Guía de la Axarquía
- @migo (revista compañía aérea Lagunair)
- Spic
- Incarmagazine (Niza Cars)
- Prestige
- Golf Senior
- Pasión España
- Destino Sur
- Excelencia Turística
- Professional Events
- Real Federación Española de Golf
- Blue Spain
- B & Class
- The ABTA Travel Convention
- Gallica
- La Prensa de la Axarquía
- Guardia Civil
- Hostelería y Turismo



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU

NUEVOS SOCIOS



COSTA DEL SOL

PATRONATO DE TURISMO
& CONVENTION BUREAU

Nuevos Socios 2007

EMPRESA	ACTIVIDAD	LOCALIDAD
Albayt Country Club	Alojamientos	Estepona
Benalmádena Palace	Alojamientos	Benalmádena
Blau Marí Travel Services Spain	Agencia Viajes	Torremolinos
Hotel La Fonda (Galahotel, S.L.)	Alojamientos	Benalmádena
HMS International Hotel GmbH – Maritim Beach Resort & Suites	Alojamientos	Colonia (Alemania)
Hotel Barceló Málaga	Alojamientos	Málaga
Hotel La Luna Blanca	Alojamientos	Torremolinos
Hotel Rincón Andaluz	Alojamientos	Marbella
Key Destination Management	Agencia Viajes	Arroyo de la Miel
MSY Eventos	Servicios	Málaga
Apartamentos Jardines de las Golondrinas (Sagesa)	Alojamientos	Marbella
Top Marbella Rentals	Inmobiliaria	Marbella
USP Hospital Marbella, S.L.U.	Servicios	Marbella
Valle Romano	Golf	Estepona
Apartamentos Ardales	Alojamientos	Ardales
Marbella Golf & Country Club	Golf	Marbella
Event Planner	Servicios	Málaga
Ibersponsor	Consultores	Málaga
CIO Mijas – Hotel MS Cala Mijas	Escuela y alojamiento	Mijas
Lauro Golf	Golf	Alhaurín de la Torre
Calanova Golf	Golf	Mijas
Finca Cortesín	Golf	Casares
Ayuntamiento de Pizarra	Ayuntamiento	Pizarra
El Chaparral	Golf	Mijas
Doña Julia Golf	Golf	Casares
Autocares Mateos	Transportes	Málaga
Hotel Sol Don Marcos	Alojamientos	Torremolinos
Área Hotels	Central Reservas	Marbella
Villa Padierna Termas Carratraca	Salud y Belleza	Carratraca
Right on Target	OPC	S. Pedro Alcántara
Viajes Karisma	Agencia Viajes	Torremolinos
Cerámica Tradicional Las Vistillas	Artesanía	Coín
Academia Málaga Easyned	Esc. Idiomas	Málaga