



XXXIII edición del WTM de Londres, del 4 al 7 de noviembre 2013

El ministro Soria señala que las reservas avanzan un año récord en turismo

- España está presente en la WTM, la feria de turismo más importante del mundo, con 2.000 metros cuadrados y 334 expositores. El stand de Turespaña, con una superficie de 1.001 metros cuadrado, aloja a 26 empresas y 14 destinos turísticos.
- De enero a septiembre, Reino Unido es el principal mercado emisor hacia España tras la llegada de más de 11,7 millones de turistas británicos, un 4,4% más y el 24% del total.
- Para la temporada de invierno (octubre -marzo) continúa la tendencia positiva. Se observa un incremento de la capacidad aérea del 11,65%, entre Reino Unido y España, con 720.000 nuevos asientos

04.11.13. El ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, ha recorrido hoy, junto con la Secretaria de Estado de Turismo, la XXXIII

edición de la World Travel Market (WTM), la feria más importante del sector turístico en el mundo, que se celebra en Londres desde hoy hasta el 7 de noviembre. Por la tarde, el ministro Soria participará en la reunión de ministros de Turismo T20, organizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en la Torre de Londres.

En el marco de la feria, el ministro destacó las positivas perspectivas de comportamiento del mercado británico, que apuntan a un aumento de la entrada de turistas del Reino Unido en el conjunto del año. En lo que va de ejercicio, España ha mantenido su cuota de mercado en el 35% frente

a los descensos registrados por nuestros principales países competidores directos y por los destinos de larga distancia y los cruceros.

Además, para la temporada de invierno (octubre -marzo) continúa la tendencia positiva, ya que se observa un incremento de la capacidad aérea del 11,65%, entre Reino Unido y España, con 720.000 nuevos asientos. Como es habitual, en invierno la mayor parte de las reservas de paquetes tiene Canarias como destino: el 57,7% de ellas, reflejo de la capacidad adicional aérea: 423.000 nuevos asientos.

A esto también ayuda un aumento global de los visados concedidos en el último año en un 22% y una reducción de casi el 40% en la tasa de denegación. Especialmente significativos son los casos de Rusia (donde en 2012 se creció un 30% respecto a 2011 y un 19,2% en lo que va de año, respecto al mismo periodo de 2012) y el de China (donde se ha conseguido acortar los plazos de tramitación a menos de 5 días y se ha producido un crecimiento del 20% en la emisión de visados turísticos entre enero y agosto de 2013).

En esta edición, la WTM cuenta con la participación de más de 189 países expositores con oferta turística y en ella se dan cita más de 50.000 profesionales del sector turístico y 3.000 medios de comunicación de todo el mundo.

La presencia española en la feria ocupa 2.000 metros cuadrados en los que se encuentran 334 expositores distribuidos en 18 stands. El pabellón del Instituto de Turismo de España (Turespaña) en la presente edición tiene una superficie de 1.001 metros cuadrados, en los que se albergan comunidades autónomas, ayuntamientos, entidades oficiales, cadenas hoteleras, agencias de viaje, compañías aéreas y otras. En él, están representadas 26 empresas y 14 destinos turísticos.

El mercado británico, primer emisor para España

España continúa siendo el principal destino vacacional para los británicos, también en 2013, como reflejan los importantes datos de llegadas en los nueve primeros meses del año: 11,7 millones de turistas, con un incremento del 4,4% respecto del mismo periodo del año anterior. Esto supone el 24% sobre el total de los turistas recibidos por nuestro país, lo que mantiene al Reino Unido, como es habitual, en la primera posición entre los principales emisores a España.

El gasto turístico realizado entre enero y septiembre, que llegó a los 9.748 millones de euros, supuso un incremento del 5,6% y representa el mayor porcentaje de gasto sobre el total recibido en España: el 20,7%.

Los datos citados del 2013 pueden considerarse históricos, puesto que son similares a los registrados antes de la recesión. El principal factor que ha beneficiado a España ha sido la recuperación de la confianza del consumidor británico y la mejora de la situación de la economía de ese país, más que el desvío de turistas desde competidores inestables. En todo caso, España aparece como destino seguro para los británicos.

Uno de los aspectos más destacados del emisor británico es su alto grado de fidelidad, que se mantiene en los mismos parámetros habituales de los últimos años. Más del 85% de los turistas británicos han repetido su visita a España y más del 42% nos ha visitado más de diez veces. Entre los principales destinos turísticos del mundo, no existe ningún otro con un índice de fidelidad similar al que ostenta nuestro país año tras año.

En la evolución de la imagen de España, ésta es percibida como un país *beach plus*, es decir, mantiene su tradicional atractivo como destino de sol y playa, pero se conoce la completa oferta de actividades complementarias existentes. En la actualidad, España es considerada un destino multiproducto, que resulta atractivo por su oferta como destino deportivo, cultural, gastronómico, de compras, de ocio nocturno, etc., según los datos ofrecidos por el estudio demoscópico realizado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través de Turespaña. En concreto, en este mercado, las familias son el público objetivo principal y eligen España más que ningún otro destino.

Los viajes del Reino Unido a España tienen su origen en los aeropuertos de Londres en un 42% de los casos. Gatwick es el principal aeropuerto vacacional del país, pero muestran también pujanza Southend, Stansted y Luton. Birmingham, Liverpool y Belfast han mejorado sus datos de ocupación.

Los primeros nueve meses del año muestran un incremento récord en los datos de ocupación aérea. Mientras los vuelos a España suelen tener una ocupación media del 85%, entre enero y septiembre ha sido del 86,53%, con registros que han llegado en algunos destinos a cifras muy superiores, tal como Canarias, con un 91,09%.

En cuanto a la forma de organización del viaje, destacan los más de 7,5 millones de británicos, con aumento del 6,4%, que eligieron viajar a España sin paquete turístico, mientras el grupo de más de 4,1 millones de turistas que lo hicieron con paquete turístico sólo aumentó un 1,1%, entre enero y septiembre.

Las pernoctaciones de los turistas británicos en los nueve primeros meses del año han experimentado un 10,7% de aumento en los viajes entre 8 y 15 noches, que realizaron más de 3,5 millones de británicos. Sin embargo, los viajes de 4 a 7 noches, que realizaron 6,2 millones de turistas, aumentaron un 2,7%, modificándose la tendencia de los últimos años de realizar viajes de menor duración.